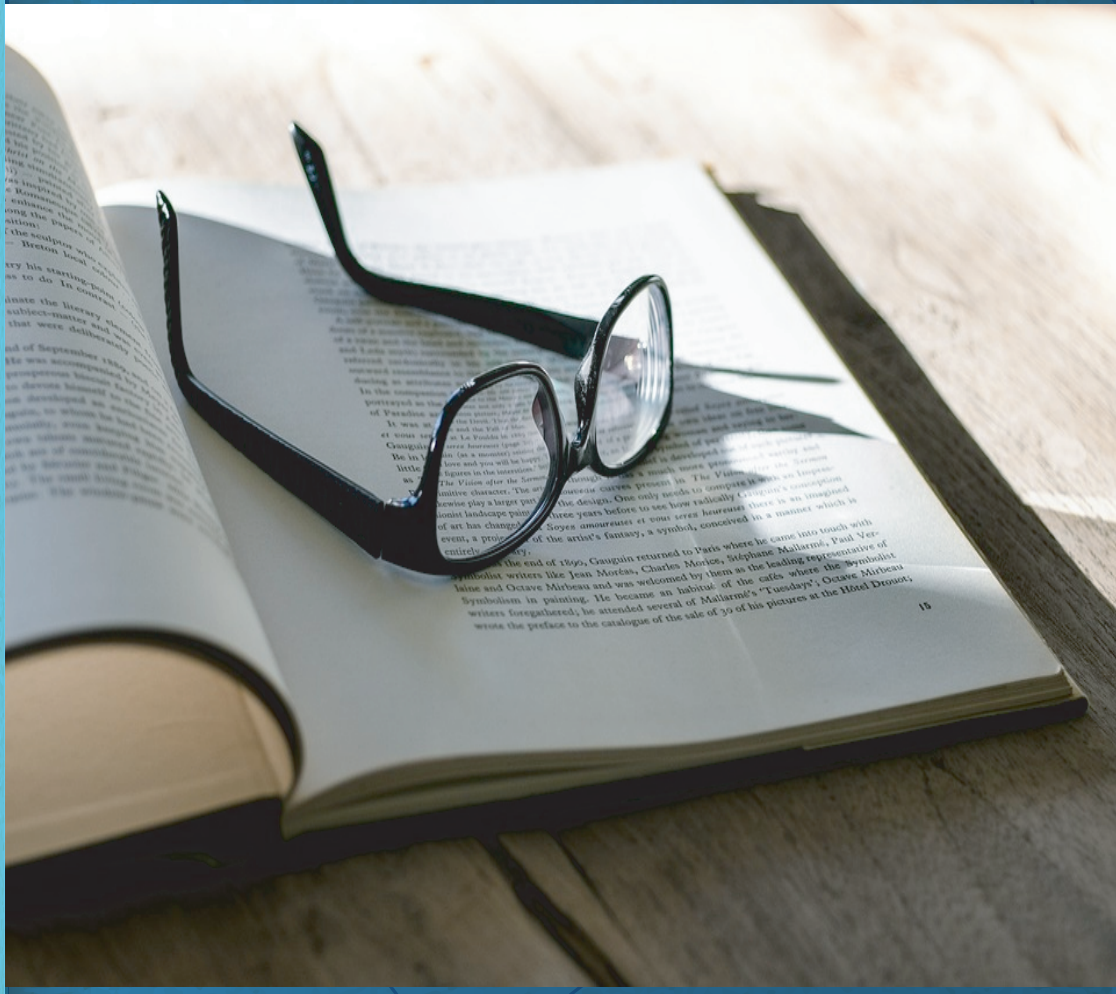
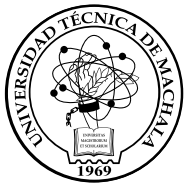
La Investigación Cualitativa, Rutas para la Puesta en Práctica

Jhonny S. Villafuerte, Eder A. Intriago, Sandy T. Soto



Universidad Técnica de Machala

La Investigación Cualitativa, Rutas para la Puesta en Práctica



Ing. César Quezada Abad, MBA
Rector

Ing. Amarilis Borja Herrera, Mg. Sc.
Vicerrectora Académica

Soc. Ramiro Ordóñez Morejón, Mg. Sc.
Vicerrector Administrativo

COORDINACIÓN EDITORIAL
VICERRECTORADO ACADÉMICO

Tomás Fontaines-Ruiz, PhD.
Investigador Becario Prometeo-Utmach
Asesor Del Programa De Reingeniería

Ing. Karina Lozano Zambrano
Coordinadora Editorial

Ing. Jorge Maza Córdova, Ms.
Ing. Cyndi Aguilar
Equipo de Publicaciones

La Investigación Cualitativa, Rutas Para la Puesta en Práctica

Jhonny Villafuerte

Eder Intriago

Sandy Soto

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
2015

Agradecimiento

Jhonny Villafuerte agradece a los profesores del Programa de Maestría y Doctorado en Psicodidactica de la Universidad del País Vasco, España; quienes aportaron a la inspiración, contenido y motivación del presente trabajo.
Concepción Medrano Ph.D.; Maravilla Diaz Ph.D.; María Teresa Bizcarra Ph.D. y Asier Romero Ph.D.
Eder Intriago agradece a los profesores del Programa de Maestría en Currículo en Instrucción ESL de la Universidad Estatal de Kansas, Estados Unidos; quienes aportaron a la inspiración, contenido y motivación del presente trabajo.
Socorro Herrera Ph.D.; Amanda Morales Ph.D.; Della Perez Ph.D.; Kevin Murry Ph.D.
Sandy T. Soto agradece a Jhonny, Edder y a todas las personas que hicieron que la publicación de este material se lleve a cabo. A la Ing. Amarilis Borja, Vicerrectora Académica de la Universidad Técnica de Machala, quien a través del programa Reingeniería de la Investigación, impulsó la elaboración y publicación de materiales bibliográficos- libros; abriendo puertas a todos aquellos docentes que nos hemos embarcado en el viaje de la investigación y producción científica. Agradece también al actual gobierno ecuatoriano por promover la investigación en el sistema de educación superior del Ecuador.
Agradecimiento especial al equipo de investigadores noveles, quienes han aportado a la presente publicación, desde sus experiencias:
Alejandra Cobeña, Ginger Saavedra, Armando Gómez, Guido Marroquín, Juan Carlos Demera, Andy Fienco, Jenny Cruz, Flora Zibas, Héctor Palma, Mayra Carreño, Sandy Hormaza y Viviana Ortiz.

Primera edición 2015

ISBN: 978-9978-316-55-9

D.R. © 2015, UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
Ediciones UTMACH
Km. 5 1/2 Vía Machala Pasaje
www.utmachala.edu.ec

ESTE TEXTO HA SIDO SOMETIDO A UN PROCESO DE EVALUACIÓN POR PARES EXTERNOS CON BASE EN LA NORMATIVA EDITORIAL DE LA UTMACH.

Portada:
Concepto editorial: Jorge Maza Córdova
Diseño: Luis Neira Samaniego (Est. de U.A.C. Empresariales)

Diseño, montaje y producción editorial: UTMACH

Impreso y hecho en Ecuador
Printed and made in Ecuador

Advertencia: "Se prohíbe la reproducción, el registro o la transmisión parcial o total de esta obra por cualquier sistema de recuperación de información, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o cualquier otro, existente o por existir, sin el permiso previo por escrito del titular de los derechos correspondientes".

Índice

Introducción 11
Reflexiones Previas Antes de Avanzar 13
Reflexión 1: Superar el miedo a investigar, es la ruta hacia la libertad 13
Reflexión 2: La investigación cualitativa y sus antecedentes 15
Reflexión 3: La epistemología en palabras sencillas para la comprensión de principiantes 16
Reflexión 4: Los paradigmas en investigación 17

La Selección del Problema a Investigar 21
Análisis sobre la factibilidad a priori del potencial tema a trabajar 21
El aporte del tema y del objetivo a trabajar en el proyecto de investigación 23
•Tendencias mundiales y regionales. 23
•Prioridad nacional, provincial y local. 23
•Desde las prioridades nstitucionales.....24
•Desde los asuntos que me interesan de manera personal.....25

El Proyecto de Investigación 27
La cadena de procesos para realizar un proyecto de investigación 27
Los componentes de un proyecto de investigación. 28

El Marco Teórico 37

La Intervención en el Contexto de la Investigación 51
Las Herramientas más Usadas en Investigación Cualitativa 55
•Entrevista en investigación científica 55
•Grupo focal 64

La Triangulación en Investigación.....69

La triangulación 69
Referencias bibliográficas 71
Anexos 73

Introducción

La investigación cualitativa, rutas para la puesta en práctica tiene como objetivo, ofrecer a los investigadores noveles nuevas rutas para superar las dudas de siempre; y lograr desatar aquellos nudos que aparecen sobre la marcha de los procesos de investigación. La presente versión ha sido elaborada pensando en dar respuesta de manera especial, al campo de estudio de las lenguas extranjeras y la sociedad del conocimiento; sin embargo las técnicas y herramientas que se exponen, pueden ser ajustadas a otras áreas.

La investigación cualitativa es permanentemente cuestionada desde la investigación cuantitativa a partir del establecimiento de indicadores dirigidos a medir la validez y confiabilidad de los procesos cuantitativos, asunto que ha exigido la dedicación de importantes grupos de investigadores especialmente en Norte América y Europa; Generando en la investigación cualitativa la necesidad de contar con procedimientos que ratifiquen de manera semejante la validez de los procedimientos y resultados obtenidos. Esta publicación hace especial esfuerzo por brindar a los investigadores que optan por la aplicación del método cualitativo, herramientas que aporten al mejoramiento de las etapas de toma las etapas de toma, validación y procesamiento de datos.

Al inicio de este texto motivamos la reflexión para asumir los retos y superar los temores de investigar y publicar; avanzamos hacia formas de desatar los nudos críticos que se presentan con frecuencia en la investigación cualitativa, y culminamos con la presentación de ejemplos de las herramientas aplicadas que potenciarán el trabajo de los investigadores noveles. Para este propósito, se ha contado con

el aporte de investigadores junior quienes comparten sus trabajos y experiencias en investigación cualitativa.

Animamos a los investigadores a asumir el reto de la investigación y aportar al registro de la riqueza del legado sociocultural que nos rodea; aunque sintamos que somos carentes de la experiencia investigativa. Aquellos que se animen encontraran en este texto las rutas necesarias y se sentirán acompañados en esta aventura.

Recomendamos asumir una actitud de superación de las posibles dificultades que puedan surgir al poner en marcha los proyectos de investigación, y ejecutar las actividades generando reflexión y aprendizaje de los aciertos y errores. Evitemos el juicio de valor y de expresar nuestras apreciaciones personales ya que la investigación cualitativa debe ser objetiva y ceñirse a la comprobación de los hechos a partir de las evidencias.

Reflexiones previas antes de avanzar

Reflexión 1: Superar el Miedo a Investigar es la Ruta Hacia la Libertad

Parecería que la frase más cercana a la sensación que tienen los profesores y estudiantes hacia la investigación es: "miedo a investigar". Esto se debe al "temor al castigo o a la crítica" que en la sociabilidad y coexistencia, nuestros iguales podrían ejercer hacia nosotros, cuando hemos cometido un error. El miedo es definido por Hobbes (1681) como "una aversión con la opinión de daño por parte del objeto" (Hobbes, 1681, p. 43).

De alguna manera, dicha sensación también se asemeja al "miedo irracional a lo desconocido" el cual, se instaló en las personas en tiempos ancestrales, y se caracteriza por pesimismo, pensamientos negativos recurrentes, inquietud y ansiedad.

Contemporáneamente, el "miedo a lo desconocido" se localiza en el encéfalo y se activa en la adolescencia, cuando surgen los pensamientos negativos que posteriormente podrían llevarnos hacia un estado de ansiedad. Por lo tanto, nuestro muy natural "miedo a lo desconocido" encuentra en el campo de la investigación un escenario propicio y toma ventaja de la falta de conocimiento del origen de los hechos.

Ante la posibilidad de llegar a ser lastimados surge el temor, sensación que no se limita al hecho de estar asustado, sino que se manifiesta como desconfianza, cautela, precaución; el otro acecha, homo hominis lupus; deber de estar preparado para la catástrofe, menester por defenderme; es decir que se trata de "una cierta previsión de un mal futuro" (Hobbes, 1681, p. 6).

Tanto el temor a lo desconocido como el no querer caer en errores son dos de las sensaciones humanas más generalizadas en todas las épocas y una persona cuerda, tratará permanentemente de evitarlas. Quizás estas son las fuerzas que friccionan y retrasan el inicio de los investigadores noveles. Así mismo, nuestro rendimiento intelectual, laboral, educativo y deportivo están delimitados por las variables psicológicas tales como: motivación, atención, estrés, estados de ánimo, la autoestima, ansiedad, autoconfianza, o el miedo a la evaluación social (Coudevylle, Gernigon y Martin, 2011; Mesagno, Harvey y Janelle, 2012) y reducción en nuestras condiciones fisiológicas como presión arterial, discapacidades físicas, cambios hormonales, alergias, etc., y aspectos ecológicos como el calentamiento global, contaminación, entre otros. Estas situaciones responden al "choking under pressure" o "asfixia bajo presión"; sensación que estamos en el deber de superar para alcanzar nuestra libertad de accionar.

Por libertad de acción se comprende, a la ausencia de impedimentos externos; llegando a concluir que una persona libre es aquella que "es capaz de realizar cosas por medio de su fuerza y su ingenio, no es obstaculizado cuando tiene la voluntad de hacerlas" (Bührle, 2004, p.1).

Somos los profesores y profesoras quienes debemos promover en nuestras comunidades educativas, la superación al "temor por lo desconocido y el temor por caer en el error" ya que la actividad investigativa lo demanda. Para superar nosotros mismos estos temores podemos acudir a:

a.- La automotivación y la asunción del reto.- Cargados de responsabilidad y aceptando nuestras características humanas. Tenemos de frente actividades como: La buscar soluciones a los problemas, la necesidad de generar inventos, requerimiento de documentar procesos y dinámicas socioeconómicas, aportar al desarrollo e innovación, buscar nuevos usos a la tecnología, registro y revaloración del patrimonio vivo. No hay más tiempo para seguir hundiéndonos en los temores.

b.- Colaboración y cooperación entre investigadores.- Brindando oportunidades para que los investigadores noveles se integren a proyectos de investigación en los que nosotros estamos involucrados. Superar el rol de profesores correctores y convertirnos en seres acompañantes de procesos para el descubrimiento.

c.- Apertura al cambio y la innovación.- Desde la diversidad del conocimiento, avizorando las situaciones y compromisos futuros e inmediatos, convencidos de nuestras capacidades y el deseo de aportar, abriendo la mente a múltiples posibilidades y formas diversas de ver los problemas y soluciones.

d.- La construcción social del conocimiento.- Tal cual Ruth Hubbard y Elijah Wald afirman "Los científicos construyen hechos tomando constantemente decisiones acerca de lo que ellos consideran significativo, cuáles experimentos deben realizar, y cómo describirán sus observaciones. Estas decisiones no son meramente individuales o idiosincráticas, sino que reflejan la sociedad en la cual viven" (Hubbard y Wald, 1993).

Reflexión 2: La Investigación Cualitativa y sus Antecedentes

En el trabajo "Metodología de la Investigación Cualitativa" sobre la evolución de la investigación cualitativa Gregorio Rodríguez, Javier Gil Flores y Eduardo García Jiménez (1996, p.1.) plantean, que esta "no puede concebirse si no es desde la consideración del proceso seguido por cada una de las diferentes áreas que han conformado esta manera de entender la investigación [...] sobre todo desde la antropología y la sociología" de manera que una revisión histórica debe ser vista desde un panorama interdisciplinario.

Ellos mismos proponen para la revisión del proceso evolutivo de la investigación a los autores: Bogdan & Biklen (1982); agregan el trabajo de Denzin & Lincoln (1994); Goetz & LeCompte (1988). Finalmente, se sugiere revisar los aportes de Stocking (1993); al igual que Vidich & Lyman (1994).

Antes de avanzar hacia la revisión de contenidos, vale la pena revisar el aporte de Bogdan & Biklen (1982) quienes proponen cuatro fases fundamentales a lo largo del proceso de desarrollo de la investigación cualitativa en educación.

El periodo inicial de la investigación cualitativa arranca a finales del siglo XIX hasta la década de los treinta, periodo en el cual aparecen los trabajos cualitativos iniciales desde la escuela de Chicago; y surge la sociología de la educación.

Los trabajos realizados adquieren profundidad y certeza con la aplicación de diversas técnicas, entre las cuales se destaca la observación participante y la entrevista a profundidad.

Desde la década de los treinta hasta los años cincuenta, comprende el segundo periodo de la investigación cualitativa, en donde se observara un declive en su evolución. Este es debido al avance vertiginoso de la investigación cuantitativa que demando de fuertes esfuerzos para lograr posicionarse en las universidades y centros de investigación de manera primordial en Norte América y Europa.

El tercer periodo aparece en la década de los años sesenta. Se trata de una época marcada por el cambio social. Se trata del momento propicio para el resurgimiento de los métodos cualitativos en la investigación educativa; pero se trata de procesos emprendidos por profesionales de la psicología y la sociología.

El periodo siguiente inicia en la década de los setenta. En estos años aparecen los aportes de Bogdan y Biklen (1982), quienes afirman que comienza a realizarse investigación cualitativa por los investigadores educativos, y no por antropólogos o sociólogos como había sido hasta dicha época.

Al final de esta reflexión es necesario ratificar que los mejores investigadores serán aquellos que están en el ejercicio de su profesión. Son ellos quienes mejor conocen el campo del conocimiento en el que se desenvuelven, en el que laboran y del que aprenden permanentemente. Aquí vale la pena dotar de herramientas para la investigación a profesionales expertos que no cuentan con la formación en investigación.

Reflexión 3. La Epistemología en Palabras Sencillas para la Comprensión de Principiantes.

En palabras sencillas la epistemología es la historia de las ciencias; es decir aquella que estudia el surgimiento de las teorías y su orden cronológico de aparición, características de las teorías y tendencias. La epistemología es definida por Miguel campos (2003) como una estrategia de enseñanza para la construcción de conocimiento científico (EDCC).

Para Giere (1992, p.2) “El conocimiento científico es un complejo conglomerado de teorías que explican el mundo natural y social, mediante

un proceso de construcción lógica, cognitiva, contextual e histórica por parte de especialistas en condiciones específicas de interés, conocimiento e institucionalidad"; es decir que se trata de teorias que han sido organizadas de manera lógica a fin de lograr ser comprendidas desde el desarrollo cronológico en el tiempo y desde ámbitos concretos que surgen según en el interés o necesidad de los investigadores.

El objeto de la epistemología consiste en el planteamiento de problemas conceptuales de acuerdo con conglomerados de otros conceptos (Canguilhem, citado por Lecourt, 1973); es decir que asume posiciones teóricas y desde las concepciones que cada campo del conocimiento, y las personas que investigan tomarán aquellas teorías que guarden coherencia con el tema a investigar; o en concordancia con las aproximaciones socio históricas al estudio de la ciencia (Kuhn, 1971). Esta tarea requiere del uso una unidad formal y semántica (Bunge, 1975) pero, el uso de un lenguaje formal tendrá sentido siempre y cuando se implementen proceso de construcción del conocimiento a nivel descriptivo, explicativo o ejemplificativo.

Finalmente, autores como Canguilhem (1991) afirman que la epistemología promueve que los problemas sean estudiados tal como se los plantea ya que su interpretación genera que se eluda, resuelven o desvanezcan las teorías en la práctica efectiva de los investigadores.

Reflexión 4: Los Paradigmas en Investigación

Decidir el paradigma desde el cual se ejecutará la investigación es el siguiente nudo a desatar. Nos preguntan ¿Cuál es el paradigma de tu proyecto de investigación? y nosotros simplemente, no conocemos al respecto.

El termino PARADIGMA etimológicamente deriva del griego "daiknymi" que significa "lo nuestro" y por lo tanto, se deduce su significado en padrón, modelo, ejemplo, tipo.

Thomas Kuhn (1970) en Ricoy (2006) en la obra: estructura de las revoluciones científicas; sobre el paradigma indica que se trata de un "compromiso implícito, no formulado ni difundido, de una comunidad de estudiosos con determinado marco conceptual, el cual sirve para determinar las maneras correctas de formular las preguntas,

"rompecabezas - comunes que se definen como aquellas tareas de investigación" (Ricoy, 2006, p 12).

La misión del paradigma es señalar, avanzar, ayudar y orientar por lo tanto, no es un obstáculo para lograr consenso. Los paradigmas a nuestro entender son aquel grupo de creencias y actitudes, que permiten a las personas que investigan contar con una visión del mundo, la cual es compartida con otros investigadores; y por lo tanto implica asumir ciertas metodologías determinadas por un grupo de científicos (Pérez, 1994).

Para el campo de la educación y las ciencias sociales; los paradigmas han aportado con formas de interpretar la realidad a partir de las experiencias, creencias y valores de una comunidad; la forma de responder a esta percepción y en general, la manera de entender el mundo y el conocimiento. Las denominaciones que históricamente han sido atribuidas al paradigma por la comunidad científica son expuestas a continuación:

"a) Paradigma positivista se califica de cuantitativo, empírico-analítico, racionalista, sistemático gerencial y científico-tecnológico.

b)Paradigma interpretativo se considera como interpretativosimbólico, cualitativo, naturalista, humanista y fenomenológico.

c)Paradigma crítico o socio crítico se concibe como comprometido, Naturalista y ecológico" (Ricoy, 2006, p.14.)

A continuación exponemos comparaciones entre los paradigmas cualitativo y cuantitativo que fueron trabajadas por Cook y Reichardt.

PARADIGMA CUALITATIVO	PARADIGMA CUANTITATIVO
1 Aboga por el empleo del método cualitativo. 2 Fenomenologismo (comprensión), interesado en comprender la conducta humana desde el propio marco de referencia del que actúa. 3 Observación naturalista y sin control. 4 Subjetivo. 5 Próximo a los datos con perspectiva desde dentro. 6 Fundamentado en la realidad, orientado a los descubrimientos, exploratorio, expansionista, descriptivo-interpretativo e inductivo. 7 Orientado al proceso. 8 Válido a partir de datos reales, ricos y profundos. Asume una realidad dinámica y cambiante. 9 No generalizable, se queda en estudio de casos aislados. 10 Holista, considera los diferentes elementos	Aboga por el empleo del método cuantitativo. 2 Positivismo lógico, busca los hechos o causas de los fenómenos sociales, prestando escasa atención a los aspectos subjetivos de los individuos. 3 Medición penetrante y controlada. 4 Objetivo. 5 Al margen de los datos con perspectiva desde/hacia fuera. 6 No fundamentado en la realidad, orientado a la comprensión, confirmatorio, reduccionista, inferencial e hipotético deductivo. 7 Orientado al resultado. 8 Fiable a partir de datos sólidos y repetibles en otras situaciones. Realidad estable, permanente 9 Generalizable a estudio de casos múltiples. 10. Particularista, se reduce a determinados aspectos.

Fuente: Tabla 1: Reelaborado a partir de las ideas de Cook y Reichardt (1986, p. 29)

El profesor Rocoy en el año 2006, presentó la siguiente tabla que explica las características de los paradigmas.

Los paradigmas del campo de la educación y sus características

PARADIGMAS	INTERÉS	ONTOLOGÍA	RELACIÓN	PROPÓSITO	EXPLICA CIÓN	AXIOLOGÍA
Positivista	•Explicar •Controlar •Predecir	•Dada •Singular •Tangible	•Independiente •Neutral •Libre de valores	•Generalizaciones •No sometidas al tiempo •Afirmaciones nomotéticas, leyes, explicaciones: -deductiva -cuantitativa -centrada sobre Semejanzas	Causas reales •Temporalmente procedentes o simultáneas	No sujeta a valores
Interpretativo	•Comprender •Interpretar •Compartir la comprensiónde forma mutua y participativa.	Constructiva •Múltiple •Holística •Divergent	Interrelacional, influida por factores subjetivos.	Limitada por el contexto y el tiempo. •Hipótesis de trabajo •Afirmaciones ideográficas. •Inductiva •Cualitativa •Centrada en las diferencias.	Interactiva •Feed-back •Prospectiva	•Tiene en cuenta los valores porque influyen en la solución del problema, la teoría, el método y el análisis realizado.
Crítico	•Liberación, emancipación para criticar e identificar el potencial de cambio.	Constructiva •Múltiple •Holística •Divergente	•Interrelacio-nada •Influida por la conexión y por el compromiso con la liberación humana	Limitada por el contexto y el tiempo. •Hipótesis de trabajo •Afirmaciones ideográficas. •Inductiva •Cualitativa •Centrada en las diferencias.	Interactiva •Feed-back •Prospectiva	Marcada por los valores. •Crítica de la ideología.

Fuente: Ricoy, C. (2006). Contribución sobre los paradigmas de investigación Revista do Centro do Educação. p.14

Los paradigmas tienen relación directa con los campos del saber o dominios de la persona que investiga, institución que ejecuta la investigación, etc.; y son generalmente denominados enfoques. Algunos ejemplos son:

•Comunicativo
•Participativo
•Ambiental
•Tecnológico
•Ciencias exactas
•Ciencias de la vida
•Artes y humanidades
•Desarrollo sostenible
•Colaborativo
•Tradicional o contemporáneo

Las personas que investigan tienen también sus apuestas u opciones de vida; y desde ese convencimiento propio, ellos y ellas asumen el compromiso con los procesos de investigación. Algunos ejemplos de apuestas o posiciones personales son:

•Ambientalista
•Tradicionalista, conservador, moderno y contemporáneo
•Practico o teórico
•Creyente o no creyente del cristianismo
•Tecnológico
•Artístico
•Números o letras
•Humanista,
•Tecnológico
•Científico de campos exactos
•Antropológico
•Deportista
•Socialista
•Militar
•Vanguardista
•Consumista
•Machista o en equidad de oportunidades de género

Al final del día las personas que investigan reafirman sus opciones o posiciones frente a la vida, carrera; la misma posición será con la que aborde el problema a investigar. Más que un sesgo se trata de una posición filosófica del investigador o su identidad; la cual es totalmente legítima.

La Selección del Problema a Investigar

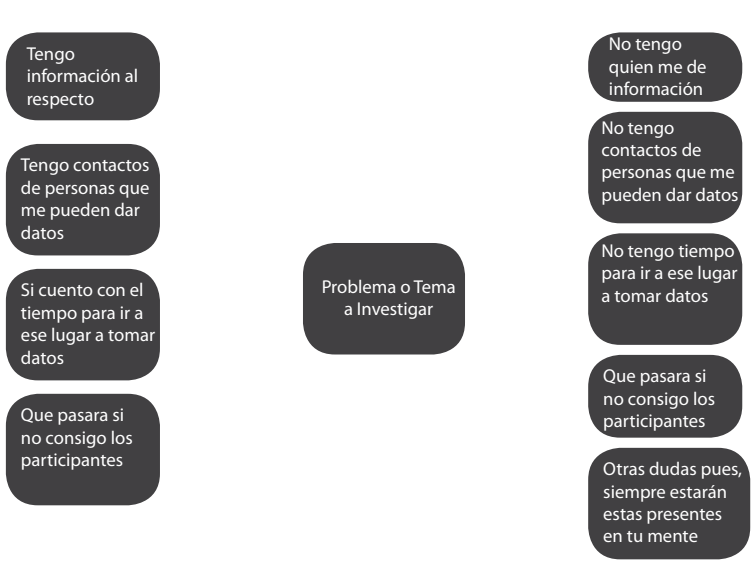
Seleccionar el problema a investigar es quizás el primer nudo a desatar. Pueden ser muchas las razones de este hecho, desde la falta de interés por parte del investigador hasta el aspecto financiero de la investigación, asuntos que limitaran la amplitud y profundidad de la temática. Otras razones más bien de carácter técnico pueden ser la ausencia de instrumentos de medición (test, falta de licencias de programas informáticos) entre otras razones, lo que podría influir sobre la selección del tema a investigar. Nuestra naturaleza humana nos predispone a sucumbir frente a lo desconocido, y en investigación hay mucho de nuevo por descubrir, por lo cual; ante las múltiples posibilidades de temas a investigar; y ante la posibilidad de su nivel de complejidad los investigadores sucumben y desisten.

A continuación ofrecemos algunas técnicas para, que los investigadores noveles y no tan noveles puedan desatar este primer nudo; esperando que la toma de decisiones respecto al "tema a trabajar en investigación" te resulte menos complicado.

Análisis sobre la factibilidad a priori del potencial tema a trabajar

Para superar las dudas, puedes hacer un análisis de los aspectos a favor y en contra de tu potencial tema a investigar; y sobre todo de tus posibilidades personales de comprometerte con dicho tema (¿cuento con información publicada sobre el tema? ¿tengo tiempo suficiente para dedicarme al proyecto? ¿los recursos tecnológicos con los que

cuento son suficientes? ¿tengo contactos de los colaboradores de la investigación?, entre otros). Aplicar un análisis de este tipo, también te ayuda a evidenciar el nivel de sostenibilidad que el proyecto tiene.



A continuación haciendo uso de una matriz, se expone un ejercicio de evaluación de percepciones de la persona que investiga los puntos a favor y puntos en contra de un problema a investigar.

A favor	**Tema – objetivo**	**En contra**
Si tengo información. Un amigo me facilitó datos y bibliografía sobre las agencias de viajes de Manabí	Tema del proyecto de investigación: El idioma inglés en las agencias de viajes de la provincia de Manabí. Objetivo del proyecto de investigación: Determinación de los usos del idioma Inglés a partir del análisis de entrevistas a los tomadores de decisiones de la localidad (academia, agencias de viajes, dirección de turismo local).	Yo no conozco nada sobre las agencias de viajes.
Tengo 2 compañeros de la universidad quienes trabajan como guías de turismo en 2 agencias de viajes		No conozco a ninguna persona que actualmente trabaje en agencia de viajes.
Pienso que podría conseguir que el decano de la carrera de Hotelería y Turismo me de una entrevista. Quizás la gente de Ministerio de turismo valdría la pena entrevistar.		De seguro que el decano de la carrera de Hotelería y Turismo no me dará la entrevista, el es muy ocupado. No hay oficina del Ministerio de turismo en esta ciudad.
El tema de los viajes y turismo como necesidad humana me interesa.		¿En que aporta eso al desarrollo humano? No es claro para mí.
Yo sé que este tema está en la matriz productiva de la localidad.		¿Cómo abordo este tema? Yo creo que no podré.
Otros aspectos		Me da pereza investigar. Mejor no.

El aporte del tema y del objetivo a trabajar en el proyecto de investigación:

La segunda herramienta sirve para determinar el aporte del trabajo que realizaras.

Es decir que te ayuda a medir si esa investigación aporta al desarrollo local, nacional o regional. Aporta a nivel social, económico, tecnológico, cultural, etc. Inicia elaborando una lista de temas posibles a ser trabajados en la investigación. Luego prioriza entre los temas preseleccionados aquellos que mayor interés podrían generar en la comunidad educativa a la que perteneces. Considera los siguientes niveles de interés.

Tendencias mundiales y regionales.

Observa los procesos que surgen en el mundo (enfoque global) o al menos, aquellos hechos y tendencias que acontecen en Latinoamérica (enfoque regional). Nos referimos a temas tales como:

- El desarrollo humano, derechos de la niñez y adolescencia, entre otros.
- La naturaleza, la ecología, la sostenibilidad, la sustentabilidad.
- La equidad, diversidad, la inclusión, la participación.
- La cultura, interculturalidad, los saberes ancestrales, el desarrollo local.
- Las artes y patrimonio vivo.
- El lenguaje, formas de aprendizaje de lenguas extranjeras, la comunicación.
- Lo urbano, lo rural, lo urbano marginal.
- Terrorismo, violencia, seguridad y amenazas armadas.
- El desarrollo tecnológico y otros descubrimientos técnicos
- La salud, esparcimiento y viajes
- Justicia, ejercicio de los derechos y garantías básicas.

Prioridad nacional, provincial y local.

Considera las políticas nacionales o locales, las tendencias o planes de desarrollo que demandan de atención y dedicación desde la

investigación. Pregúntate si esos problemas ameritan la atención de la comunidad educativa (enfoque nacional o local).

Busca entre las leyes que han cambiado recientemente y cuestiona: ¿cómo están afectando favorablemente o desfavorablemente dichos cambios jurídicos en la población, el ambiente, la tecnología, el ejercicio de los derechos de las personas y de los ciudadanos y ciudadanas.

La política pública siempre es un tema de actualidad, incluso aquellas leyes que no han cambiado por muchos años, por lo cual, es legítima la investigación de su impacto.

Descubrirás que ambas situaciones son favorables pues tanto innovación del marco jurídico como su falta de evolución son siempre generadores de procesos de investigación. Por lo tanto debes considerar:

•La constitución del país

•Leyes promulgadas recientemente o leyes que no han evolucionado.

•Los planes nacionales de desarrollo socioeconómico

•Los planes provinciales o según estado, distrito, etc., según sea el contexto.

Desde las prioridades institucionales

Al ser los y las investigadores miembros de una institución, en la toma de decisiones respecto al tema a seleccionar para trabajar desde la investigación, deberán considerar las políticas institucionales, los retos y metas, las capacidades instaladas de la institución, los acuerdos que mantiene con otras instituciones; es decir de manera general sus "dominios". Para ello es necesario recordar que las instituciones educativas, los programas de formación profesional, los institutos de investigación, etc. tienen declaradas las denominadas: Líneas de investigación.

Las líneas de investigación determinan el ámbito, profundidad, área geográfica, etc. del trabajo a ser realizado por las personas que investigan.

Estas líneas de investigación en el campo de la educación se vinculan generalmente de forma imperativa con las líneas de UNESCO, y se sintonizan con las políticas nacionales y planes de desarrollo sectorial o local. Repetimos que las líneas de investigación generalmente son de

aplicación imperativa y están jerárquicamente en mandato sobre los deseos e intereses personales del investigador o investigadora.

Desde los asuntos que me interesan de manera personal

Más allá de los temas que te gustan o no te gustaría abordar desde la práctica de la investigación cualitativa; el análisis va por esta ruta:

¿Cuáles son los temas que podría abordar desde el acumulado de conocimientos y experiencias que poseo actualmente?

Al final del día, la decisión sobre el tema a investigar, no tendrá nada que ver con aquello que nos gusta; ya que, sabemos que debemos investigar un tema que sea en beneficio de la comunidad científica.

Para ejemplificar:

A favor	**Tema – objetivo**	**En contra**
Tema del proyecto de investigación: El idioma Inglés en las agencias de viajes de la provincia de Manabí. Objetivo del proyecto de investigación: Determinación de los usos del idioma Inglés a partir del análisis de entrevistas a los tomadores de decisiones de la localidad.	Tendencias mundiales y regionales.	Idiomas y lenguas extranjeras aparece entre las prioridades de UNESCO.
	Prioridad nacional, provincial y local.	El turismo es parte del ámbito del desarrollo sostenible; y del desarrollo humano desde su necesidad de esparcimiento y salud.
	Desde los aspectos institucionales	El turismo es uno de los sectores priorizados en la nueva matriz productiva de la provincia de Manabí
	Desde los asuntos que me interesan de manera personal	La universidad tiene entre sus líneas de investigación el idioma Inglés y la sociedad del conocimiento
		Estudio la carrera de idiomas y trabajo en el sector de las agencias de viajes

Para el caso Ecuador, es claro que la promulgación de la constitución del año 2008 ha generado cambios en los procesos de desarrollo nacional desde el marco de la agenda del buen vivir "Suma Kausa" es un aspecto decisivo a considerar en las investigaciones nacionales y locales.

Todas las instituciones educativas deben estar alineadas a las prioridades nacionales en el marco de los planes de desarrollo nacional. Así mismo, el ámbito de acción de las investigaciones debe tener una relación con la posición geopolítica (lugar, normativa, características sociales y económicas) en los niveles nacional, provincial, cantonal.

El Proyecto de Investigación

Sin lugar a dudas, otro de los nudos a desatar en la práctica investigativa es la elaboración del proyecto de investigación.

Al abordar la elaboración del proyecto de investigación es imprescindible destacar que cada institución de formación superior, centro de investigación, etc. Tiene un formato para la presentación de los proyectos de investigación. A continuación exponemos los elementos que generalmente tiene todo proyecto de investigación como mínimo.

La cadena de procesos para realizar un proyecto de investigación

A continuación se expone una tabla que hemos denominado "Matriz D" ya que todas sus instrucciones inician con la letra "D". Se trata de 7 momentos clave:

1. Delimitar el problema a investigar
2. Decidir sobre el paradigma y el enfoque a trabajar
3. Determinar el método de investigación más acertado
4. Definir la muestra a utilizar
5. Diseñar la intervención o procedimientos de la investigación
6. Documentar la ejecución del proceso de intervención
7. Deducir las causas y conclusiones

Delimitar el problema a investigar	**Decidir sobre el paradigma y el enfoque a trabajar**	**Determinar el método de investigación más acertado**	**Definir la muestra a utilizar**	**Diseñar la intervención o procedimientos de la investigación**	**Documentar la ejecución del proceso de intervención**	**Deducir las causas y conclusiones**
¿Cuál es el problema a investigar? ¿Cómo afecta el problema? ¿En qué periodo de tiempo? ¿En qué lugar se concentra el problema?	¿Cuál es mi posición como investigador ante el problema? ¿El paradigma que asumo es positivista, interpretativo o critico? ¿Cuáles son los paradigmas en este campo de conocimiento?	Cualitativo. Descriptivo, Testimonial, Histórico.	La selecciono por conveniencia, al azar.	Organizo las actividades considerando los tiempos requeridos, los materiales e instrumentos, las red de cooperación, etc.	Registro los datos aplicando las diversas técnicas y herramientas cualitativas (entrevista, grupo focal, taller, fichas de observación, cuaderno de campo, etc.)	Analizo los datos y obtengo los resultados de la investigación

Los componentes de un proyecto de investigación.

De manera general, un proyecto de investigación tiene los siguientes puntos:

Tema	Title
Resumen	Abstract
Palabras clave	Key words
Introducción	Introduction
Marco teórico	Theoretical framework
Metodología: Objetivos	Methodology: Aims
Cronograma	Chronogram
Presupuesto	Budget

Tema:

La tendencia es generar un nombre con un máximo de 15 palabras que tenga la capacidad de cubrir de manera precisa información sobre ¿qué, cómo, para qué, dónde? se desarrolla la investigación. Es necesario precisión.

Resumen:

La tendencia es que sea un solo párrafo entre 100 y 250 palabras. El orden de los elementos siguientes puede cambiar pero, generalmente el resumen contiene:

•Frase introductoria provoque el interés del lector para continuar la lectura del documento

•Objetivos del proyecto, paradigma a la que se suscribe la investigación.

•Método, técnica e instrumentos que aplica

•Resultados esperados

Palabras clave:

La tendencia es usar 5 palabras clave que serán desarrolladas en el marco teórico y que guardan relevada relación con el tema. Unas instituciones solicitan que las palabras clave aparezcan en la lista Tesauro de UNESCO, lo cual consideramos en una de las buenas prácticas de la investigación. Otras instituciones recomiendan que ninguna de las palabras clave aparezca en el título.

Introducción

Aunque no existe una limitación respecto al número de palabras, se recomienda que sea redactada con síntesis y claridad. Generalmente son 3 párrafos cuyo orden puede variar aunque generalmente es el siguiente:

•Frase introductoria que provoque el interés del lector para continuar la lectura del documento

•Descripción de los componentes del marco teórico

•Metodología que aplica, la técnica e instrumentos que aplica, la muestra seleccionada, el consentimiento informado de las personas y los acuerdos institucionales de cooperación, y el protocolo de la investigación que generalmente sigue las normas APA de ética y moral.

•La intervención o proceso a ejecutar

•Los resultados esperados

•Las preguntas de investigación

•Objetivo del proyecto

Justificación

Se debe tener claro que se trata de la justificación del trabajo de investigación y no se trata de justificar el título del trabajo de investigación. Esta parte puede ser redactada usando un lenguaje motivador y puede contener todos o parte de los siguientes aspectos, en el orden que considere la persona quien redacta el proyecto de investigación.

La pertinencia del trabajo a investigar del trabajo a investigar en las condiciones sociales, tecnológicas, legales, geográficas, entre otras; para que se den las actividades del proyecto de investigación.

Indicar la contribución o importancia del trabajo a investigar sobre el desarrollo local, provincial, nacional, regional. Esto tendrá directa relación con los aspectos de las líneas de investigación de la institución a la que representa.

La factibilidad del proyecto debe ser presentada en esta parte, la cual se refiere al contar con los talentos humanos, los medios y recursos requeridos. Un marco jurídico favorable y el interés de instituciones para la ejecución del proyecto de investigación, las tecnologías requeridas por el proyecto son accesibles en la localidad, servicios básicos e infraestructura adecuada, etc.

La tendencia es destacar finalmente, el aporte creativo del trabajo de investigación a ejecutar, las innovaciones y valores agregados que genera.

Marco teórico

Llamado de varias formas según la parte del mundo en donde te encuentres. Asi, algunos se refieren como “estado del arte”, “revisión bibliográfica o de referencias”, y otros simplemente “marco teórico”. El marco teórico es un componente vital del proyecto de investigación, ya que constituye una primera aproximación a todo lo que ya se ha publicado previamente a partir de otros procesos de investigación ejecutados; por lo tanto, se ha convertido en otro de los nudos a desatar en el proceso de formación en investigación cualitativa. Existe la tendencia a confundir “marco teórico” con “antecedentes” por lo cual, vale la pena presentar las siguientes definiciones fundamentales.

El marco teórico se compone de las teorías que han sido comprobadas previamente como fruto del trabajo de autores (autoridades).

Los antecedentes por su parte, son los hechos generados en el paso del tiempo en relación a las instituciones, personas, entre otros; que son estudiados en el proyecto de investigación. Es útil incluir tablas y gráficos que permitan entender la problemática. Eje. Evolución del precio del petróleo en el mercado mundial; Número de migrantes colombianos que ingresan a Ecuador; Deserción de estudiantes universitarios.

Metodología del proyecto de investigación

Al presentar la metodología la persona que redacta el proyecto podría seguir el siguiente esquema:

- •Método y profundidad del proyecto de investigación
- •Instrumento a aplicar.
- •La muestra a seleccionar
- •Diseño de la intervención

Método y profundidad del proyecto de investigación

Si nos centramos en el método de investigación cualitativa, los elementos, los instrumentos, la muestra y el diseño deberán ser aquellos que técnicamente responden a dicha metodología. En cuanto a la profundidad o modalidad del proyecto de investigacion se seleccionara entre:

- •Proyecto descriptivo narrativo,
- •Investigación acción con enfoque cualitativo,
- •Estudio de caso con enfoque cualitativo,
- •Etnográfico

Se comprende que en la investigación educativa, un proyecto descriptivo es aquel que tiene como objetivo levantar información sobre el problema estudiado y organizarla de manera que permita la descripción de los hechos y casos estudiados.

Por su parte, la investigación acción considera la puesta a prueba de acciones a fin de modificar para mejorar los procesos y resultados educativos.

El estudio de caso cualitativo logra la detección de situaciones observadas y capitalizadas a través de instrumentos de toma de datos y análisis.

Los proyectos etnográficos permiten la integración de la persona que investiga al contexto o dinámica estudiada con el fin de lograr la comprensión de la situación desde la visión de los directos afectados.

•Instrumento a aplicar.- Se debe indicar el nombre del instrumento, autores y el año de la creación del instrumento; y exponer el objetivo del instrumento. Se debe explicar las razones que le llevan a seleccionar el instrumento. Se sugiere describir el instrumento (número de elementos, forma de evaluación de los datos, y sobre todo se debe exponer pruebas sobre la confiabilidad del instrumento cualitativo para lo cual se acudirá a la triangulación de expertos para la respectiva validación.

•La muestra es nuestro siguiente nudo a desatar. Ha existido mucha confusión sobre la muestra a seleccionar ya que la investigación cuantitativa se ha caracterizado por el uso de un alto número de participantes utilizados con el fin de que los resultados reflejen de la forma más fiel posible a la realidad. Un indicador que orienta la discusión es la propuesta del Fondo Mundial de la Población; quienes metodológicamente sugieren que para la medición de poblaciones que superan las 100.000 personas o más, se debe aplicar la fórmula tradicional de muestra. Otro principio a considerar es aquel que indica que muestras de 400 participantes son suficientes para representar a poblaciones que alcanzan el millón de habitantes. Técnicamente el mismo resultado se obtendrá si se encuesta a 400 personas sobre una población de 10 millones de habitantes, o si se aplican encuestas a 4000 personas.

Sin dudas la definición del tamaño de la muestra guarda relación con su aplicabilidad desde los aspectos financieros y de cobertura geográfica. Una muestra que pretende representar a una nación; en el ideal de los casos debería de incluir participantes de todas los puntos cardinales del país (Norte, Sur, Este, Oeste y Centro); al igual que el criterio de organización política o distribución territorial es fundamental (provincias, estados, distritos, etc.)

En cuanto a la edad de los participantes, las muestras deberán tomar participantes de todas las edades comprometidas a estudiar. En el caso de poblaciones, comunidades, etc. Se recomienda hacer un corte transversal de la población desde los factores edad, nivel de instrucción, nivel de ingresos económicos, etc.

Cuando los problemas estudiados son casos escasos o la complejidad nos aborda, es quizás mejor proceder por un método cualitativo. En investigación cualitativa no es necesario trabajar con un número tan alto de participantes; ya que los casos estudiados por lo general son escasos. La investigación cualitativa se concentrara en la cobertura de las diversas etapas de vida, momentos del día, conocimiento profundo de los casos estudiados. Allí radica la dificultad.

Ante la pregunta: ¿Cuantas personas o cuantos casos debo considerar en la investigación? Las recomendaciones son las siguientes:

•Todos aquellos casos que sean interesantes y aporten al desarrollo de la localidad.

•Todos los casos que brinden apertura y deseo de colaboración

•Considera la complejidad de los instrumentos que aplicaras

•Considera las distancias que debes recorrer para localizar a los participantes al tomar los datos. Si has pensado trabajar con 5 casos, recomendamos que siempre preveas 2 casos más como seguridad ante la posible salida de uno de los casos seleccionados.

Diseño de la intervención

Se trata de una programación que sirve para prever las actividades, materiales, pasos a seguir en la ejecución del proyecto de investigación. Se convierte en la bitácora del proceso de investigación en el que pueden ser hechos ajustes, alimentar con datos sobre las reacciones de los participantes, resaltar actividades que han fracasado o aquellas que han tenido mucho éxito sobre la ejecución del proyecto. A continuación se ofrece una herramienta que permite diseñar la investigación desde un enfoque por logro de objetivos.

Título del proyecto: "x y z"
Diseño de la Intervención

No.	Objetivo a lograr	Producto	Tiempo	Materiales y Recursos
0	Acercamiento institucional y actividades previas a la ejecución del proyecto Formalizar la colaboración en el proyecto de investigación Analizar las instalaciones y facilidades para la ejecución del proyecto Entrevista con el directivo de la institución donde ejecutare la investigación	Llamada telefónica Redactar una carta de compromiso Ficha de visita al sitio Entrevista al directivo	4 min 15 min 1 hora 30 min.	Servicio telefónico PC Ficha impresa Preguntas para entrevista
1	Determinar los niveles de conocimiento del idioma Inglés en los agentes de viajes del cantón Manta. Aplicación del instrumento de evaluación a 25 agentes de viajes	Selección del instrumento de medición de conocimientos Preparación de los instrumentos Aplicación de los instrumentos Análisis de los instrumentos Reporte grafico de los niveles de conocimiento del idioma Inglés en los agentes de viajes.	3 horas 2 horas 10 días 5 horas	Matriz Materiales didácticos: globos
2	Objetivo 3…			
3	Objetivo 3…			

Cronograma del proyecto de investigación

Básicamente se trata de un plan que describe las actividades y tiempos de aplicación. En una columna se ubican las actividades a realizar. Otra modalidad es asociar el cronograma con los objetivos específicos. En las columnas de tiempo se recomienda que sean marcadas por los meses o semanas poniendo el formato de "Mes No." Para evitar tener que cambiar los nombres de los meses en caso de retrasos.

Al final, se indica una columna de observación que facilitara el agregar notas en relación a los tiempos.

Cronograma del proyecto de investigación

Se recomienda que se aplique el cronograma en relación a los objetivos específicos. Que las asignaciones de tiempo sean bimensuales.

Se recomienda que se integre la columna "Observaciones materiales requeridos" en la cual, podrán ser incluidos los materiales a utilizar.

"Título del proyecto de investigación"
Cronograma

Objetivo general del proyecto:

Objetivos específicoss	Actividades	Tiempo						Observaciónes
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	M e s 6	
Objetivo 1	Actividad 1.1 Actividad 1.2 …							
Objetivo 2	Actividad 2.1 Actividad 2.1 Otras…							
Objetivo 3	Actividades 3.1 Actividades 3.2 Otras…							
Objetivo 4	Actividades 4.1 Actividades 4.2 Otras…							

Presupuesto del proyecto de investigación

En esta parte se recomienda que se hagan las valoraciones asumiendo que no se cuenta con equipos informáticos, medios de transporte, equipos fotográficos, y otros equipos o materiales que se utilizaran en el proyecto.

La recomendación es manejar cifras que permitan valorar los costos cercanos a los reales de una investigación en sus diversos momentos por lo cual; cuando se requiere de materiales en pocas cantidades o de bajo valor, se recomienda utilizar un término genérico. Así en vez de indicar: "papel, lápiz, borrador, clips, etc.", lo mejor es indicar "papelería, fondo de transportación, fondo para fotocopiados".

Cuando no se cuente con la información exacta de los valores a destinar en el proyecto de investigación; se debe proceder a hacer una estimación a partir de la experiencia propia comprando "papelería".

En el caso de pago de licencias o garantías; tal es el caso de software o uso de instrumentos o test; es mejor hacer la cotización actualizada de dicho bien o servicio.

Título del proyecto:.....

No.	Detalle	Unidad	Cantidad	V. unitario	Valor total
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
Total					

El Marco Teórico

La estructura de un marco teórico básico de manera general se compone de los siguientes elementos:

Entrada 1: Teorías en relación a la variable 1 (independiente), ordenadas de forma cronológica.

Entrada 2: Teorías en relación a la variable 2 (dependiente) ordenadas de forma cronológica.

Entrada 3: Teorías en relación al contexto y la problemática, argumentado por citas de autores. Se trata de un acercamiento a la problemática desde las condiciones reales del estudio a realizar.

Entrada 4: Estudios previos: Se indican otros estudios que guarden relación con el proyecto a investigar (proyectos en otras partes del planeta en los que han aplicado la misma metodología, proyectos en el país o cantón que busquen el cumplimiento de objetivos similares).

Referencias: Se trata de todas las referencias utilizadas en la construcción del marco teórico, lo cual incluye: bibliografías, revistas científicas tanto en versiones impresas como en versiones en línea, memorias de congresos, la prensa, los sitios web, documentales y videos, etc. La tendencia actual es aplicar las normas APA para su registro. En este punto la recomendación es revisar las versiones más actuales de las normas publicadas. Este punto es muy importante realizar de manera correcta, ya que ante la falta de una cita, los programas de control de similitud (plagio) lo detectaran rápidamente. En caso de contar con las direcciones electrónicas de las fuentes, se recomienda fuertemente que sea incluida; ya que hacerlo como habito de trabajo y estudio potenciara la labor de la investigación.

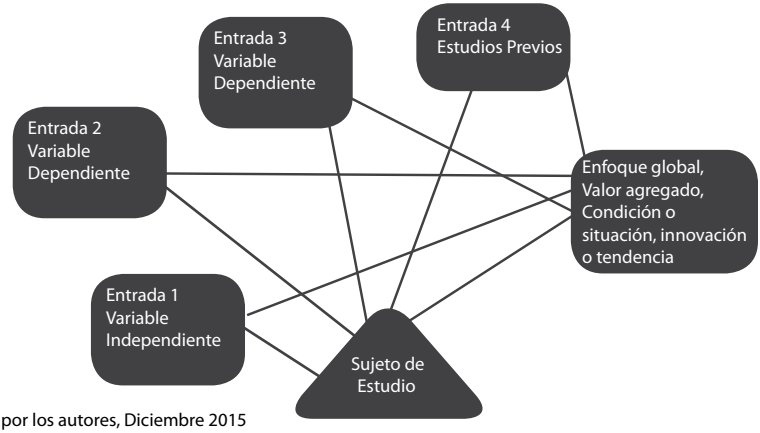
Las dificultades para la redacción del marco teórico se relacionan de manera especial en los hábitos lectores y capacidad de expresión escrita de los investigadores.

La importancia del marco teórico radica en que deben ser incluidos los avances ya investigados al respecto de un problema o tema a investigar; aspecto que mejorará el estudio propio a partir de la revisión de información publicada, permitirá reducir riesgos, duplicar esfuerzos y sobre todo, se parte de lo ya investigado por otros colegas en diversas partes del mundo. De alguna manera la revisión bibliográfica ya nos permite avizorar lo que va a ocurrir desde las teorías y desde otras experiencias de investigación.

La tendencia es que el marco teórico conste de al menos 3 dimensiones o como las llamamos nosotros "entradas". Tradicionalmente se ha indicado que el marco teórico logra "confrontar" o "fusionar" las teorías y los autores con respecto a un punto de vista o dimensión. Para garantizar la vigencia de un marco teórico se recomiendo usar fuentes de referencia que no superen 10 años de antigüedad.

En el caso de clásicos o teorías fundamentales es posible incluirlas a pesar de que superen el tiempo sugerido de antigüedad. La combinación aceptable será 10% de teorías superiores a los 10 años de antigüedad y 90% de teorías dentro del tiempo de vigencia; y la persona que redacta el proyecto tomara la decisión de "confrontar" o "fusionar" las teorías. Para organizar la redacción del marco teórico recomendamos seguir el siguiente ordenamiento básico.

Gráfico: La complejidad de la estructura del marco teórico básico



Elaborado por los autores, Diciembre 2015

La redacción de las entradas o dimensiones del marco teórico:

Los títulos de las dimensiones se recomienda sean redactadas en combinación: Variable (dependiente o independiente) + enfoque global, valores agregados, condición o situación, innovaciones o tendencias según el campo de conocimiento.

Variable dependiente: Uso del idioma inglés.
Variable independiente: El turismo.

Entrada 1: El idioma inglés y la comunicación global

Entrada 2: El turismo y las agencias de viajes

Entrada 3: La adquisición de segunda lengua en adultos

Entrada 4: Estudios previos en torno a idiomas y turismo

Las entradas 1, 2 y 3: Podrían estar organizadas de la siguiente manera:

•Definición de la variable

•Definición del término o valor agregado

•Teorías entre 3 y 5 autores ordenados cronológicamente

La entrada 4: Para presentar los estudios previos puede optar por un orden cronológico o partir desde lo global hasta lo local.

Para mejorar la comprensión del marco teórico, un ejemplo de un marco teórico puede ser encontrado en anexos.

Práctica no 1

Ejemplo de revisión bibliográfica o marco teórico (estado del arte)

Tema: “uso de la televisión para la educación en valores en niños, niñas y adolescentes”

Para abordar este marco teórico los pasos que seguimos fueron:

•Partir de las variables preseleccionadas en el marco del estudio. Variable “televisión” (independiente) y “educación en valores” (variable dependientes).

•Generamos los subtemas o dimensiones de manera que las teorías se relacionen al contexto nacional, familiar, tecnológico, dialogo y comunicación interpersonal e intergeneracional (entre adultos y menores). Esta estrategia potencia el análisis y facilita la redacción a un investigador novel.

•Se identificaron los autores relevantes para el estudio en marcha partiendo del uso de pantallas, televisión, educación en valores.

•Al final agregamos otras experiencias de investigación ejecutadas en relación a este tema.

La tendencia es tomar 3 dimensiones pero, decidimos hacer 4 dimensiones con el fin de proponer otros modelos de marco teórico. Las dimensiones o entradas temáticas seleccionadas fueron:

1.La televisión y el contexto social en Ecuador
2.La familia en relación con los hábitos de consumo televisivo (y otras pantallas) de los niños, niñas y adolescentes.
3.Las pautas más frecuentes de regulación del consumo televisivo de los hijos e hijas por parte de los padres y madres de familia.
4.La televisión y otras pantallas, impedimento o fomento del valor del diálogo familiar
5.Otras experiencias de investigación en relación a la televisión y su uso para la enseñanza / aprendizaje de ESL.

Otro aspecto que hay que recordar radica en seguir las normativas de la institución en lo referente al formato del texto. Nos referimos al interlineado, uso de citas y referencias aplicando norma APA, Vancouver o Chicago. Cada institución o centro de investigación tiene sus propias políticas. Para este caso las condiciones son:

•Tamaño de letra 12.
•Tipo de letra: Times New Roman.
•Justificado en ambos lados.
•Sangría francesa al inicio de cada párrafo
•Normas APA 6ta. Edición.
•Interlineado de 2 cm.

Uso de la televisión para la educación en valores en niños, niñas y adolescentes

La televisión y el contexto social en Ecuador

Los niños, adolescentes y jóvenes disfrutan de la televisión diariamente por lo cual, esta se convierte en un medio que llega de manera eficiente

a dichos grupos etarios y por lo tanto una oportunidad de educar. Ferrés (2002) expresó "Lo que era causa de alienación se convertirá en oportunidad para la formación. La televisión dejará de ser un medio que adormece, para convertirse en un medio que enriquece" (Ferrés, 2002, p. 22). Para contar con datos que describan el contexto de la televisión en Ecuador, se acude a ekosnegocios.com (2011); quienes exponen datos generados por el Instituto Nacional de estadísticas y Censos del Ecuador – INEC (2011); se indica que el 94% de la población ecuatoriana cuenta con televisor en su hogar, teniendo el 90% al menos dos aparatos.

La dedicación a ver televisión es de 6,1 horas a la semana y son los más ancianos (más de 65 años) aquellos que mayor cantidad de su tiempo dedican a ver televisión. Los usuarios de Televisión por cable al 2011 en Ecuador eran 400.000 personas, en su mayoría de estrato poblacional alto pero en los últimos tres años, el número de usuarios creció al 122%. Se considera que Ecuador es un país 100% futbolero donde existe un mercado creciente para la televisión. El Ministerio de Telecomunicaciones del Ecuador afirma que 23% del tiempo dedicado a ver televisión entre individuos de 6 y 18 años ahora se van a la Web, seguido por los videojuegos (14%) y el uso de teléfono celular (13%). Acompañar el aprendizaje del mundo a través de imágenes televisivas sobre lugares y temas a los que las personas no podríamos acceder debido a diversas razones económicas, tiempo, dimensiones y distancias. El ideal es tomar la oportunidad que ofrece la televisión al seguir siendo atractiva y utilizarla para desarrollar actividades que aporten al enriquecimiento educativo. La imagen no anula la experiencia directa si no que la potencia. La televisión brinda la oportunidad de cuestionar la realidad. Es cierto que vivimos de forma rutinaria y se requiere romper las rutinas que percibimos en nuestro entorno y la televisión nos ofrece dimensiones imprevistas de la realidad. Los niños y niñas descubren el mundo por medio de la exploración o investigación y experimenta. Ello solo lo hacen a través del juego y debe evitarse que los más jóvenes elaboren un concepto del mundo a partir de ver la televisión lo que podría presentarse tras la aceptación pasiva de todo lo ofrecido por la televisión y las pantallas lo que se podría presentar en vista de que la televisión no exige interacción por su unidireccionalidad y ante esta debilidad de la televisión se busca soluciones que compensen esta

situación en la agenda de los niños, niñas y jóvenes. Artes, deportes, salidas de campo o paseos en familia son alternativas valiosas.

La familia en relación con los hábitos de consumo televisivo (y otras pantallas) de los/las hijos/as.

La familia es "un grupo natural para ver la televisión" (Orozco, 1996ª, p. 41) pero, al estar "compuesta por miembros adultos y otros jóvenes, se constituye en el primer escenario de apropiación del contenido televisivo que hay que trabajar para una educación para la televisión" (Van Evra, 1990, p. 150) ya que la educación ha sido considerada siempre una función básica de la familia (Shorter, 1975). Por lo tanto los padres y madres estamos en el deber de asumir el liderazgo en la familia y guía a nuestros hijos e hijas pero, junto a nosotros también están los tíos y tías junto a los abuelos quienes aportan en la convivencia y en el control de los hábitos de consumo televisivo por lo tanto, se deben procurar acuerdos frente a lo que ofrece la televisión, a fin de lograr el objetivo de que la televisión eduque y no sea únicamente un medio de distracción, o peor, un factor promotor de antivalores familiares. El papel de la familia es crucial en el control parental de la relación que los más jóvenes de la casa tienen con la televisión nacional o por cable, ya que se reconoce la amplia oferta de programaciones y sus niveles de calidad o contenido ya que de no ser implementadas las medidas necesarias, algunos contenidos o estilos de consumo de las pantallas, podrían resultar inapropiados o al menos podrían ser causa de confusiones entre la realidad y un ideal imaginario. Para Van Evra (1992) los padres y madres pueden aumentar los criterios de credibilidad sobre las conductas, eventos y personas que aparecen en la televisión. En definitiva los padres y madres pueden analizar junto a los niños, niñas y adolescentes la probabilidad de que algún fenómeno natural que vieron en la televisión, llegue a ocurrir en la vida real en el lugar donde viven. Es la oportunidad para unirse de frente a los temores y amenazas que existen en realidad y contexto en Ecuador.

Desde el enfoque ecológico (Bronfenbrenner, 1970) se afirma que los miembros de la familia siguen ocupando un papel fundamental quienes mantiene un proceso dinamizador, continuo y complejo en

la cotidianidad. Se trata de una responsabilidad que no debe evadirse por lo contrario, es deseable que todos los miembros de la familia estando en casa y en lugares externos donde estén las pantallas, se pueda poner en marcha espacios de dialogo y de reflexión, aclaración e interpretación sobre los contenidos programáticos, sobre el lenguaje verbal y los mensajes que emiten las imágenes a través de las pantallas y promover la educación para el consumo de la televisión.

Singer y Singer (1993, Pp. 15-17) señalan la existencia de 3 valores y rasgos paternos, el estilo mediador paterno, el estilo disciplinario, la rutinas diarias entre otros aspectos como organización del hogar, patrones de sueño, diversidad cultural. Respecto a la comunicación Singer y Singer (1993) indican que la televisión puede afectar la comunicación de los grupos pero al mismo tiempo puede ser el generador de diálogos. El entorno televisivo, la frecuencia del consumo de los niños y jóvenes de programas de acción, la carencia de actividades culturales. Es necesario adquirir el dominio de las tramas ya que se muestra confusión entre la realidad y la fantasía.

Las pautas más frecuentes de regulación del consumo televisivo de los/las hijos/as por parte de los padres y madres de familia.

El control parental del uso de la televisión es un concepto poco difundido en el Ecuador. La regulación del consumo televisivo para Orozco es "una práctica social de comunicación donde se dan combinaciones específicas de mediaciones con particulares resultados" (Orozco, 1996ª, p. 79) mientras que para Leichter la mediación resulta ser "aquellos procesos a través de los cuales la familia filtra las influencias educacionales mediante procesos por los cuales esta cierne, interpreta, critica, refuerza, complementa, contracta, refracta y transforma" (Leichter, 1978ª, p.596).

En el contexto local, la televisión por cable (proceso de cambio a televisión por tierra en marcha desde 2012) ha tenido un muy alto nivel de aceptación y por tanto, las familias ecuatorianas disfrutan de una gran oferta programática. Existen diversas posiciones al momento de aplicar la regulación lo cual está determinado por el estilo de vida

de la familia y por el nivel de instrucción que poseen los padres y madres, es decir que va desde los fuertes intentos por implementar el análisis crítico de los contenidos televisivos (violencia, sexo, lenguaje inapropiado, entre otros) o simplemente dejar que los jóvenes lleguen a dichos contenidos "laissez-faire". Debe recordarse que el peligro no está únicamente en lo que se vea en las pantallas sino el riesgo de que nuestros niños, niñas y jóvenes solo vean pantallas. Las pautas más frecuentes para la aplicación de la regulación del consumo de televisión en Ecuador son:

- El tiempo y la hora para ver televisión
- Los programas según las categorías por contenidos (adultos, menores, etc.)
- Escenas donde se fomenta el uso de drogas
- Escenas en las que se promueven los abusos y violencia
- Escenas como demostraciones de diversas formas de discriminación

No obstante, la nueva posición a asumir por parte de una familia sensibilizada es promover el dialogo sobre los programas de televisión vistos en grupo y de manera individual, por los miembros de la familia. Los psicólogos del centro de terapia familiar PTF (2014) recomiendan comentar con los niños y jóvenes sobre las series favoritas de la TV, mientras se viaja rumbo a la escuela o secundaria. Comentar sobre la película que se verá en el fin de semana, sobre los documentales y programas culturales que serán transmitidos y sobre todo, los padres y adultos en general deberán estar disponibles para hacer frente a dudas sobre los temas inquietantes de los más jóvenes en torno a la conquista, la amistad, pandillas y modas, etc.

La televisión y otras pantallas, impedimento o fomento del valor del diálogo familiar

Es cierto que las condiciones actuales de vida demandan dedicación al trabajo, estudios y relaciones sociales desde los más jóvenes o "teleniños" (término utilizado por Alonso, Mantilla y Vázquez en 1981) hasta los adultos quienes enfrentan "la fábrica de mentiras" como la denominó Rico (1992) o como se dice localmente en Ecuador "la caja

boba". Las personas de todas las edades se conectan profundamente a la televisión sea viendo películas, series, comics, noticias o deportes; y también es cierto que en los hogares los adultos se encierran en las habitaciones en compañía de la televisión sin ánimo de entablar un dialogo en familia.

En 1994 Ferrès presentó el valor del dialogo como eje clave para la educación televisiva de la familia al afirma que "No basta con que el niño no esté fisicamente ante la pantalla. Es preciso que no se sienta solo como telespectador, que comparta la experiencia, que pueda dialogar, confrontar" (Ferres, 1994, p. 137). Por su parte, Lull (1980); indica que la familias pueden experimentar disminución o aumento de la comunicación en base al estilo de vida y las circunstancias que atraviesan. Una diferencia de opinión entre papá y mamá generará días de silencio y dialogo reducido en casa y esto nada tiene que ver la televisión. Pero, a la televisión se le han atribuido poderes como el de consumir gran parte del tiempo de la vida familiar, el tener gran capacidad de persuasión y de transmitir básicamente mensajes negativos (Van Evra, 1990, Pp. 150-152).

Adicionalmente, se habla del impacto psico - sociológico que la televisión ejerce sobre miembros de la familia y sobre todo en sus miembros más jóvenes; sin embargo, es conocido que los problemas de comunicación familiar tienen muy diversas causales que podrían ser incluso extra familiares (Satir, 1983). La relación con la televisión es Televisión-padres-niños donde los padres tienen una alta dosis de influencia sobre el comportamiento de los pequeños frente al televisor; tómese en cuenta, el comportamiento del padre frente a un partido de futbol televisado y las madres frente a programas de novedades familiares. Desde la observación del contexto local, la comunicación familiar sufre permanentes atentados y los cuales no guardan relación con la televisión. Los jóvenes no dialogan cuando tienen problemas de conducta, casos de enamoramiento no correspondido, etc. Asuntos en los cuales, la televisión está totalmente ausente. Es perjudicial que los televidentes solo asuman la posición de contempladores de las pantallas pues, se requiere de reciprocidad y que se generen diálogos fructíferos llenos de comunicación espontanea, ideas, actitudes y valores. Para ello se requiere que los padres, madres y demás adultos de la familia no estén hipnotizados por la televisión ya que los comentarios que los

más jóvenes emiten sobre los contenidos de la TV, tienen gran parte de la opinión de los padres y madres de familia. Se requiere por lo tanto un dialogo con tacto y cuidadoso, ya que esto servirá para analizar, promover la crítica desde la reflexión, este proceso tendrá que ser iniciado con la expresión simple de los sentimientos que generan los personajes de los programas de televisión, de las actitudes que se observan en dichos personajes y de los valores que se emiten en su conjunto.

Otras experiencias de investigación en relación a la televisión y su uso para la enseñanza y aprendizaje de inglés como segunda lengua - ESL.

Teniendo claro que las experiencias vicarias son aquellas situaciones que son vistas originalmente en las pantallas, pero que por experiencia propia del televidente estas situaciones se logran complementar con experiencias de la vida real. La televisión, las computadoras, las tabletas y los teléfonos inteligentes se convierten en la ventana al mundo trayendo al hogar los escenarios más hermosos pero también, las situaciones complejos socialmente determinado que exponen al sexo, violencia, consumismo y materialismo, uso de drogas, lenguaje inapropiado, etc. Por su parte Ferrès insiste en que la televisión no debe anular la vivencia de experiencias directas donde las imágenes aportan a las experiencias vicarias pero, las vivencias directas aportan a la madurez de los más jóvenes. Al vivir las experiencias en el contexto propio se generan aprendizajes los cuales pueden ser contradichos o reafirmados por los programas que se ven en la televisión. Ferres propone estrategias para que se aplique en virtual y real ida y vuelta, invita a los padres y madres a que alimenten las experiencias.

La perspectiva ecológica de Singer analiza muchas más variables de lo que originalmente se pensaba sobre un estímulo en pantalla. La perspectiva ecológica se refiere a que las investigaciones o hechos son dados en las condiciones normales o naturales, sin ser extraídos a un laboratorio. Está entonces claro que las pantallas no tienen el poder total sean individuales o contextuales y problemática de los videos. El incremento de las conductas imaginativas (Singer y Singer, 1985)

fomentan las conductas pro-sociales en la población. Los medios y pantallas tienen influencia sobre los usuarios pero, no es decisiva al punto de influir en el desarrollo del aprendizaje. Singer y Singer (1986) propusieron un modelo teórico en el cual se cruzaron variables familiares y personales que influyen en la respuesta de los más jóvenes ante la televisión. Existen ambientes televisivos en los cuales crecen los niños y las niñas. Estos ambientes se caracterizan por la cantidad de tiempo que permanecen los niños y niñas expuestos a ver televisión, puede tomarse como ejemplo, el tipo de programación que ven y el interés de la familia por encontrar actividades a realizar a partir del programa televisivo.

Referencias bibliográficas

Alonso, M., Mantilla, L. y Vázquez, M. (1981). Los teleniños. Barcelona, Laia.

Bronfenbrenner, U. (1970). Two Worlds of Childhood: US and USSR. Simon & Schuster

Del Rio, P., Alvarez, A. y Del Rio, M. (2004). Pigmalión. Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia. La familia y la Televisión. Pp. 285-309. Madrid: Fundación Infancia Aprendizaje.

Evra Van, J. (1990): Television and Child Development. Pp. 150-152. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum

Ferres, J. (2002). Televisión y educación, Educar en el Hogar. p. 133-222, Barcelona Paidos.

Instituto nacional de censos, INEC. (2011). Consumos de televisión en Ecuador. Disponible en http://ekosnegocios.com/negocios/especiales/documentos/TVpagada.pdf INEC, MCE

Leichter, H. (1979). A comparative approach to policy analysis: health care policy in four nations. CUP Archive.

Lull, J. (1980). Family Communication Patterns and the Social Uses of Television Communication Research, 7, 3.

Lull, J. (1982). How families select television programs, a mass observational study. Journal of Broadscastin, 26, 4.

Orozco, G. (1996a). Televisión y audiencias, un enfoque cualitativo. p.41. México, D.F./ Madrid, Ediciones de la Torre/Universidad Iberoamericana

Rico, D. (1994). El buen telespectador como ver y enseñar a ver la televisión. Madrid, Espasa Calpe.

Satir, V. (1983). Conjoint family therapy. Palo Alto, CA: Science and Behavior Books.

Shorter, E. (1975). The Making of the Modern Family. New York: Basic Books.

Singer, J.L. & Singer, D.G. (1985). Television-Viewing and Family Communication Style as Predictor of Children's Emotional Behavior. Journal of Children in Contemporary Society, 17, 75-91.

La intervención en el contexto de la investigación

La planificación de la intervención en investigación permite prever las situaciones que podrían presentarse durante la ejecución del proceso. Ayudará a reducir la presencia de situaciones de riesgo en el proceso de la investigación desde el uso de los tiempos, recursos, entre otros.

Datos informativos de la sesión
GRUPO SELECCIONADO: NIÑOS Y NIÑAS DE EDUCACIÓN PRIMARIA
EDAD DEL GRUPO SELECCIONADO: 8 a 12 años.
NOMBRE DEL PLANTEL: Centro escolar
TEMA: El valor de la solidaridad con Phineas y Ferb.

Objetivo de la sesión:

Sensibilizar a los estudiantes entre 8 y 10 años de edad sobre la importancia del valor la solidaridad para el desarrollo social, desde la experiencia de la serie comics de televisión Phineas y Ferb.

•Provocar la reflexión y motivación para generar cambios de actitudes en niños y niñas para potenciar el trabajo en equipo.

Materiales necesarios:

Video, proyector y parlantes

Tarjetas de cartulina de colores con preguntas de reflexión

Actividades previas:

Identificar un capítulo de la serie televisiva Phineas y Pherb, en la cual se trate del tema trabajo en equipo, la solidaridad, ayuda al compañero más débil, entre otros temas.

Se seleccionó el programa Pnineas y Pherb porque se trata de un comic muy popular actualmente que atrae el rating infantil y adolescente. Se trata de personajes que se identifican fácilmente con el estudiantado, existe amplia gama de temas tratados por esta serie de manera que podría ser ampliado a futuro su uso con nuevos objetivos académicos.

Fotografías: Fineas y Fer. Disponibles en: https://www.google.com.ec/webhp?tab=mw&ei=nlegVrv5IsT2jgTRjoDABg&ved=0EKkuCAQoAQ#q=fotos%20de%20phynea%20y%20pher

El lenguaje de la serie Phineas y Pherb es apropiado. En la serie se destacan otros objetivos nobles que deben estar en el currículo escolar como la preocupación por el ambiente, la relación familiar constructiva, uso de la tecnología, componentes socio históricos.

Desarrollo de la actividad:

1.-Inicio de la sesión

Presentación y el saludo del facilitador

2.-Se introduce el tema preguntando a los participantes sobre el valor de la solidaridad y el conocimiento previo de la serie televisiva Phineas y Pherb

3.-Explicación de la actividad a realizarse y de los pasos a seguir, la expectativa de un dialogo al final de la proyección.

4.-Proyección del capítulo 20 min.

Asegurarse de que todos puedan ver la proyección y escucharla.

5.-Inicio del dialogo sobre la serie Phineas y Pherb. Las preguntas posibles serán:

¿Qué les gustó del capítulo?

¿Qué valores se reflejan en la serie? amistad, tolerancia, solidaridad

¿Qué les llama la atención? Colores, efectos,

¿Cómo se identifican con los personajes? Que chicos se identifican con Pherb, Phineas

¿Cómo actúan frente a situaciones difíciles? ¿Qué diferencia hay de la realidad y la ficción? Conversar sobre el valor de la solidaridad, Son solidarios con sus compañeros o familiares.

Les gusta sus modelos de vida ¿les gustaría cambiar alguna actitud?

Actividades posteriores:

•Elaborar un dibujo de una escena donde cada chico demuestra un nuevo valor o cualidad.

•Pedir a los padres y a las madres de los chicos participantes, que pregunten a sus hijos en casa sobre solidaridad, valores otros.

La persona que investiga deberá preparar un informe de análisis de las respuestas dadas por los participantes. El formato para este trabajo debe contener un encabezado en el que se coloca los datos que identifican al proyecto.

Las herramientas más usadas en investigación cualitativa

Presentamos a continuación las herramientas que a nuestro criterio son las herramientas más frecuentemente utilizadas para la investigación educativa cualitativa en Ecuador.

- •Entrevista en investigación científica
- •Grupo focal
- •Ficha de observación
- •Bitácora o registro

Entrevista en investigación científica

Una entrevista en investigación es el análisis de un tema que se hace con un/a experto; por lo tanto, debe seguir un patrón organizado para que le ayude a mantener el control de la entrevista; y se logre obtener la información que usted necesita con la sistematización requerida.

Pasos recomendados:
a.- Redacción de las preguntas
b.- Selección del entrevistado/a
c.- Análisis de la información

a.- Redacción de las preguntas

1.-Planteese: ¿Cuál es la información que le hace falta? Sobre esos puntos usted debe redactar las preguntas para la entrevista

2.- Redacte las preguntas hoy, y mañana usted debe releer las preguntas para verificar que:

"las preguntas si logran preguntar lo que se quiere preguntar"

Esta es una forma de evaluar tus preguntas:

•Pídele a un amigo/a que te escuche las preguntas

•Indaga en tu amigo para saber que entendió de la pregunta

•Si la respuesta coincide la temática, el instrumento estaría listo pero,

•En aquellos casos que tu amigo no logra comprender o entiende algo diferente a lo que tu quieres decir, allí tú debes hacer correcciones a la pregunta.

Selección de las preguntas a aplicar

Siguiendo el ejemplo de la lluvia de ideas, en investigación haremos la lluvia de preguntas. Dicha lista inicial de preguntas deberá ser validada y actualizada. Otra cosa que se puede hacer es la fusión de dos o más preguntas; y también la eliminación de preguntas repetidas. Ejemplo

Compartimos la lluvia de preguntas que preparo la investigadora novel Flora Zibas (2015), en idioma ingles:

1.What is the Trinity proficiency program?

2.How can you contribute to our school, community and teaching team?

3.What are some of the trends, issues, and methodologies in education that relate to your language proficiency certification program?

4.How can the principles of the language proficiency certification be applied to teaching?

5.What did you find to be the most difficult aspect of teaching?

6.How do you think students should be assessed and evaluated?

7.If you were the principal at this school and we were setting goals to improve English proficiency for next year, what would they be?

8.What are the key qualities and skills that teachers must have in order to help students when acquiring a foreign language?

9.What do you think is the greatest challenge facing students today?

10.What strategies would you recommend teachers to apply in the classroom in order to get the same level of proficiency in a grade?

11.How would you take advantage of resources within the community to enhance your English teaching?

12.How can teachers connect their lessons to the “real world”?

13.What do you think is wrong with education today?

14.Describe the most effective teaching techniques.

1.¿Qué es el programa de aptitud Trinidad?

2.¿Cómo puede contribuir a nuestra escuela, la comunidad y el equipo docente?

3.¿Cuáles son algunas de las tendencias, temas y metodologías en la educación que se relacionan con su programa de certificación de dominio de la lengua?

4.¿Cómo se pueden aplicar los principios de la certificación de dominio de la lengua de la enseñanza?

5.¿Qué encontró para ser el aspecto más difícil de la enseñanza?

6.¿Cómo cree que los estudiantes deben ser evaluados y evaluadas?

7.Si usted fuera el director de esta escuela y que estaban estableciendo metas para mejorar su dominio Inglés para el próximo año, ¿cuáles serían?

8.¿Cuáles son las principales cualidades y habilidades que los maestros deben tener con el fin de ayudar a los estudiantes en la adquisición de una lengua extranjera?

9.¿Qué crees que es el mayor desafío que enfrentan los estudiantes de hoy en día?

10.¿Qué estrategias recomendaría usted profesores para aplicar en el aula con el fin de obtener el mismo nivel de competencia en un grado?

11.¿Cómo aprovechar los recursos dentro de la comunidad para mejorar su enseñanza de Inglés?

12.¿Cómo pueden los maestros conectar sus lecciones para el “mundo real”?

13.¿Qué crees que está mal en la educación hoy en día?

14. Describa las técnicas de enseñanza más eficaces.

Una vez aplicado el proceso de fusión eliminación de cuestionamientos; se seleccionó las siguientes preguntas:

5.What did you find to be the most difficult aspect of teaching Speaking expression using Trinity?

8. What are the key qualities and skills that teachers must have in order to help students to develop the speaking skill?

9.What do you think is the greatest challenge facing students today in order to develop speaking skill?

10. What strategies would you recommend teachers to apply in the classroom in order to get the same level of speaking in a grade?

12. How can teachers connect their lessons to the "real world" during a speaking practice?

5.- ¿Qué encontró para ser el aspecto más difícil de la enseñanza de la expresión Hablando usando Trinidad?

8. ¿Cuáles son las principales cualidades y habilidades que los maestros deben tener con el fin de ayudar a los estudiantes a desarrollar la habilidad de hablar?

9. ¿Qué crees que es el mayor desafío que enfrentan los estudiantes de hoy con el fin de desarrollar la habilidad de hablar?

10. ¿Qué estrategias recomendaría usted profesores para aplicar en el aula con el fin de obtener el mismo nivel de hablar en un grado?

12. ¿Cómo pueden los maestros conectar sus lecciones para el "mundo real" durante una práctica de hablar?

3.- Durante la entrevista presenta solamente preguntas sobre el tema a investigar:

Procurar mantenerse en la temático (toda pregunta fuera del tema será tiempo y esfuerzo mental del entrevistado que no tributa a la investigación.

4.- Ya en la entrevista, cuando la pregunta no es comprendida por el entrevistado/a:

Cuando eso ocurre, el/la entrevistado/a suele reformularla, para estar seguro/a que entendió la pregunta. Usted debe corregir o aclarar si es necesario, afirmando o corrigiendo el verdadero sentido de lo que usted desea conocer.

5.- Repreguntar sobre los elementos que van surgiendo:

Cuando el/la entrevistado/a presenta elementos sobre el tema que usted no conocía y por ello le surgen a usted dudas; aproveche y pregunte al entrevistado/a. Esto es muy común que suceda.

Otro ejemplo:

Pregunta 1: Cuando usted aplica youtube ¿Cuáles son los pasos que usted sigue al trabajar con una canción en inglés?

El entrevistado: Yo no trabajo con youtube pero, si trabajo con VINDO que es otro proveedor de videos.

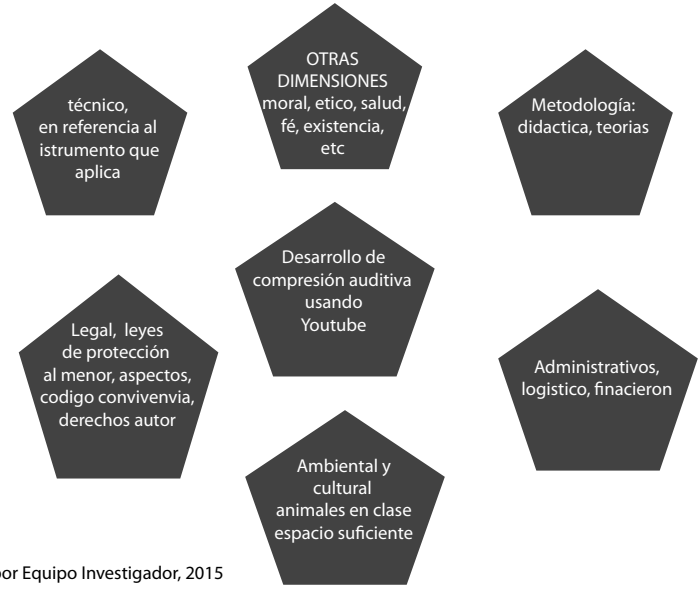
Repregunta 1: Cuando aplica VINDO, cuales son los pasos que usted sigue al trabajar con una canción en inglés?

Además, usted replantea las preguntas sobre VINDO porque, quiere conocer más al respecto.

Surgimiento de nueva pregunta: ¿Dónde encuentro VINDO?, ¿Cómo se puede acceder a VINDO?, Porque prefiere VINDO y no YOUTUBE?, ¿Es difícil manejar VINDO?

Mapa para promover el análisis de un tema en una entrevista

Usted siempre debe escoger ámbitos o dimensiones para abordar el análisis con el/la entrevistado/a. Usted debe adaptar el siguiente grafico a su tema. Puede iniciar el tema desde cualquiera de las dimensiones.



Elaborado por Equipo Investigador, 2015

a. Ámbito técnico

¿Cuáles son las razones técnicas para utilizar o seleccionar el uso de youtube?

¿Cuáles son las ventajas / desventajas técnicas de trabajar con YOUTUBE

b: Ámbito jurídico

¿Existe alguna razón o condición jurídica que impida enseñar usando youtube?

¿La ley de protección al menor impide el uso de youtube?

¿Las políticas institucionales en su trabajo impiden el uso de youtube para la enseñanza de idiomas?

c: Dimensión didáctica

¿Qué otras actividades complementan la clase cuando usted enseña usando youtube?

¿Cuáles son los pasos que sigue al momento de enseñar idiomas con youtube?

¿Qué elementos toma en cuenta para seleccionar los videos o canciones en youtube?

d: Dimensión ambiental y cultural

¿Enseñar idiomas con youtube, que ambientes requiere?

¿El uso de youtube de qué manera contamina el planeta?

¿Al desarrollar la comprensión auditiva con youtube qué impactos ambientales se podrían generar? Contaminaciones: sólidos, ruidos, smoke, contaminación al agua, otras formas de contaminación.

¿Qué influencias culturales negativas podría afectar a los estudiantes al usar youtube?

e: Ética y moral, fe, salud

¿Qué aspectos de la moral y ética cuida al usar youtube en la enseñanza de idiomas?

b.- Selección del entrevistado/a.

La entrevista busca información específica de parte de un experto en un tema. Ese nivel de experticia puede variar según el tema y el medio. Ejm. Queremos entrevistar a "Mesi" para analizar sobre futbol pero, lo que tenemos cercano es al "Tin Delgado". El entrevistado cumple en perfil en nivel total, medio, parcial o nulo.

Aspectos como: "…el potencial entrevistado es mi amigo o amigo de mi prima, el entrevistado es receptivo y si le gusta dar entrevistas, la entrevistada es guapa. Ese señor sí que sabe del tema pero, es de mal humor o está muy ocupado…" Aspectos superficiales o coincidencias no deben de ser la razón principal para escoger al entrevistado/a. Lo más importante es la formación profesional y la experiencia que tenga el potencial entrevistado/a. Ejm.:

Tema: Fortalecimiento de la comprensión auditiva en Inglés de estudiantes de educación básica media aplicando Youtube
Perfil del entrevistado: (condiciones posibles)

CONDICIONES	CUMPLIMIENTO
Profesor/a quien ya actualmente enseña usando youtube - NO	Total Medio X Parcial Nulo
Tiene 3 años experiencia enseñando idiomas con youtube - No	
Profesional/a graduado en idiomas - SI	
Profesional que cuenta con nivel B2 en inglés - NO	
Profesor/a que actualmente enseña en educación media - SI	
Profesor/a enseña usando música o películas - SI	
Profesor/a ha escrito artículos científicos, libros sobre el tema - NO	
Profesor/a tiene una maestría o especialización en el tema - NO	
Profesor tiene experiencia trabajando en comprensión auditiva- SI	
La persona entrevistada está disponible o cercano al lugar - SI	
La persona actualmente enseña con Youtube - SI	
Otros aspectos considerados para la selección del entrevistado/a	

c.- Análisis de la información

Procesamiento de los datos obtenidos en una entrevista:

Primero escribes la entrevista, eliminando información innecesaria en un formato que tenga datos que sitúen la entrevista realizada

Lees la entrevista buscando aspectos que se relacionen con el tema investigado

Título de la Investigación: Razones porque se reduce el liderazgo en las actuales comunidades rurales del Ecuador

Persona entrevistada: Ing. Nombre y Apellido, Técnico en fortalecimiento Sociorganizativo.

Institución: Corporación x, y, z

Fecha de la entrevista: 25 Nov 2015

Hora de la entrevista: 11h30

Lugar de la entrevista: Atacames, Esmeraldas.

Objetivo: Obtener información sobre las causas posibles de la reducción del liderazgo en las comunidades rurales en Esmeraldas.

Escritura de la entrevista:

¿Por qué se termina el liderazgo?

Hemos visto gran debilidad en las capacidades comunitarias para la gestión del agua potable. Las metodologías nos piden dejar al 100% la responsabilidad en los procesos a la directiva. De sus 5 miembros no todos funcionan como debe ser. Solamente trabajan 2 o 3 personas y a nivel comunitario.

¿Cuál es la principal debilidad de los dirigentes?

La principal debilidad está en posicionarse. Esto se debe a que ellos deben tomar en serio el trabajo.

También hay que concienciar a los usuarios ya que en el caso de que algo falle en el suministro del agua, la población enseguida se va contra la directiva.

¿Cuál es la situación con los más jóvenes?

Los jóvenes no quieren involucrarse; ellos no quieren asumir responsabilidades y dicen que esto es para adultos y que ellos son los que deben de asumir pero, luego los jóvenes son grandes críticos de las gestiones de los dirigentes.

Los mejores cuadros de ciudadanos están resistentes a asumir roles de dirigencia. Ellos no quieren asumir la labor de dirigencia.

Procesamiento de la entrevista

Marcas los aspectos que más se repiten en la entrevista. En este caso asuntos sobre:

Debilidad de los dirigentes - amarillo

Responsabilidad de los dirigentes - gris

	Porque se termina el liderazgo?
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26	Hemos visto gran debilidad en las capacidades comunitarias para la gestión del agua potable. Las metodologías nos piden dejar al 100% la responsabilidad e los procesos a la directiva. De sus 5 miembros no todos funcionan como debe ser. Solamente trabajan 2 o 3 personas y a nivel comunitario. ¿Cuál es la principal debilidad de los dirigentes? La principal debilidad está en posicionarse . Esto se debe a que ellos deben tomar en serio el trabajo. También hay que concienciar a los usuarios ya que en el caso de que algo falle en el suministro del agua, la población enseguida se va contra la directiva. ¿Cuál es la situación con los más jóvenes? Los jóvenes no quieren involucrarse; ellos no quieren asumir responsabilidades y dicen que esto es para adultos y que ellos son los que deben de asumir pero, luego los jóvenes son grandes críticos de las gestiones de los dirigentes Los mejores cuadros de ciudadanos están resistentes a asumir roles de dirigencia. Ellos no quieren asumir la labor de dirigencia

Método: las voces hablan

No.	Entrevista	Debilidades	Responsabilidades
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26	Porque se termina el liderazgo? Hemos visto gran debilidad en las capacidades comunitarias para la gestión del agua potable. Las metodologías nos piden dejar al 100% la responsabilidad e los procesos a la directiva. De sus 5 miembros no todos funcionan como debe ser. Solamente trabajan 2 o 3 personas y a nivel comunitario. ¿Cuál es la principal debilidad de los dirigentes? La principal debilidad está en posicionarse . Esto se debe a que ellos deben tomar en serio el trabajo. También hay que concienciar a los usuarios ya que en el caso de que algo falle en el suministro del agua, la población enseguida se va contra la directiva. ¿Cuál es la situación con los más jóvenes? Los jóvenes no quieren involucrarse; ellos no quieren asumir responsabilidades y dicen que esto es para adultos y que ellos son los que deben de asumir pero, luego los jóvenes son grandes críticos de las gestiones de los dirigentes Los mejores cuadros de ciudadanos están resistentes a asumir roles de dirigencia. Ellos no quieren asumir la labor de dirigencia	Hemos visto gran debilidad en las capacidades comunitarias para la gestión La principal debilidad está en posicionarse	Las metodologías nos piden dejar al 100% la responsabilidad e los procesos a la directiva. . Solamente trabajan 2 o 3 personas y a nivel comunitario. Esto se debe a que ellos deben tomar en serio el trabajo. Los jóvenes no quieren involucrarse; ellos no quieren asumir responsabilidades
Análisis: En la entrevista se destaca que los dirigentes no asumen las responsabilidades adquiridas. Otro elemento es el nivel de capacitación que tienen los dirigentes, el cual no les permite trabajar de manera adecuada.			

Grupo focal

Es una herramienta muy dinámica en la investigación cualitativa. Permite que los investigadores recojan las percepciones efectuadas por los participantes, opiniones, sensaciones, etc., sobre un tema elegido.

Momentos clave del grupo focal son:

a.-Planificación
b.-Selección de participantes

c.-Ejecución
d.-Procesamiento de la información

Miembros y funciones del grupo focal:

1.-Elige observadores: Él / ella / ellos sistematizan la información más importante obtenida en grupo focal. El proceso de registro tiene el fin de tener una evidencia. El registro se utiliza para hacer la transcripción a las opiniones.

2.-líder o conductor: Controlan que las opiniones sean de acuerdo con el tema, controlan el tiempo y cerrar el proceso.

3. Grupo de los 4 a 12 personas que expresan opiniones sobre el tema. Ellos deben estar involucrados con el tema con el fin de recopilar información de calidad.

4.- Formular 3 a 5 preguntas sobre el tema elegido.

Tema: la experiencia de escribir un marco teórico para un trabajo de investigación

Pregunta 1: ¿Cómo hiciste para obtener información sobre el marco?

Pregunta 2: ¿Cuáles fueron sus dificultades en el momento de escribir?

Pregunta 3: ¿Cómo organizo mi tiempo para hacer el marco?

Pregunta 4: Opinión general sobre la actividad: Hacer un marco

Ejecución de grupo de enfoque por el líder o conductor:

1.-El / Ella saluda y agradece a los participantes, ya que su asistencia.

Explicar la metodología y finalidad.

Explique sobre su expectativa de espontánea pero, opiniones reales

Explique que la información va a ser utilizado sólo para su investigación

Propósito: Este grupo de enfoque esperar para recoger sus opiniones acerca de sus experiencias personales para escribir un marco.

El grupo de enfoque se llevará a xx minutos (normalmente tarda 25 - 40 minutos).

2.-El / Ella introduce el proceso y presenta las preguntas. Motivar el proceso:

"... Lo que necesito saber de usted, aprecio sus opiniones sobre ..."

3.-En el momento de terminar cada pregunta:

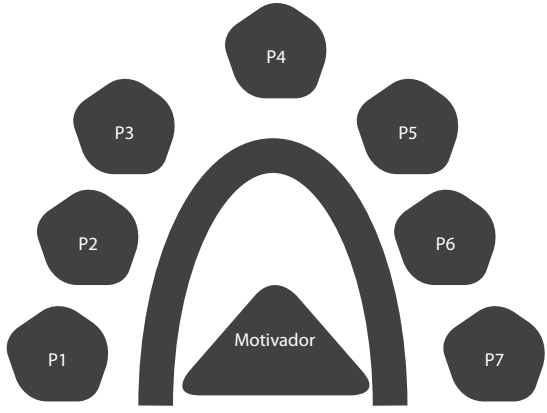
"... Vamos a escuchar una sola opinión más sobre la cuestión"

4.-Para cerrar grupo focal es necesario agradecer de nuevo por la participación,

Se asegura a los participantes del grupo focal que las respuestas se utilizarán únicamente para su investigación.

Una vez realizada la sesión de grupo focal la información debe ser sistematizada lo más pronto posible para evitar que se pierda información que está en la memoria de los sistematizadores.

Ubicación de los participantes en un grupo focal



Procesamiento de la información de un grupo focal

1.-Tipee las opiniones recogidas en el grupo focal. Aplique la regla de numerar las líneas de cada uno de los textos tomados en el grupo focal.

Elimine comentarios irrelevantes

Tenga en cuenta las expresiones repetidas continuamente

2.- Defina la categoría principal y subcategorías (información que debe buscar en la secuencia de comandos de texto-entrevista)

3.-Marque las categorías de acuerdo con el plan

4.-Desarrolle las subcategorías de acuerdo a las respuestas.

5.-Redacte la relación o informe.

Utilice números para explicar los resultados o análisis, sin embargo, su investigación sigue siendo cualitativa.

Focus group: attraction capability in university students leaders

Place:_____Date:_____Time:_____

Participants:_____,_____, _____,

_____ , _____,_____

Conductor: _____

Line No.	Text script
1	Pregunta 1: ¿Cómo hiciste para obtener información sobre el marco?
2	P1: Skljlsjdfkljsdklfjkljl sdfksjdlfkj sdfksjlfkjsldk sldkfslfkjslfkj lskdlfjkslfkj sdfsd
3	Sdfksdfjskdl sldkflskdfjl sdlfksdfjdksl}.
4	P2: Sdfsdf sdfdfggt Fdj kdjkfj dkfj dfkkdfldf dkdlfkdlf dfdfdlfk dfdfdlfkl dfdfdfkldf
5	P3: Dfkdlfkdlf dfkd lfkldf. Ddfgfgdf dfdffgfg dfddgd ere r ferferfe erfefefe ferfefe
6	Pregunta 2: ¿Cuáles fueron sus dificultades en el momento de escribir?
7	P8: Erfeferf erfeferfr. Erferferfe,hjsdkfhskf, sjdfksfjksd sdd dfsfsfsdfs
8	Esdfsdfsdfs sdfsdfsf sdfsfsdf sdfsfsdf sdfsfsf sdfsfsfsd sdfsfsdfsd sdfsdfsdf
9	Fvsdfsf sdfsdf sdsd e rferf.
10	P2: Skljlsjdfkljsdklfjkljl sdfksjdlfkj sdfksjlfkjsldk sldkfslfkjslfkj lskdlfjkslfkj sdfsd
11	Sdfksdfjskdl sldkflskdfjl sdlfksdfjdksl}.
12	P4: Sdfsdf sdfdfggt Fdj kdjkfj dkfj dfkkdfldf dkdlfkdlf dfdfdlfk dfdfdlfkl dfdfdfkldf
13	Pregunta 3: ¿Cómo organizo mi tiempo para hacer el marco?
14	Erferferfe,hjsdkfhskf, sjdfksfjksd sdd dfsfsfsdfs
15	Esdfsdfsdfs sdfsdfsf sdfsfsdf sdfsfsdf sdfsfsf sdfsfsfsd sdfsfsdfsd sdfsdfsdf
16	Fvsdfsf sdfsdf sdsd e rferf
17	Pregunta 4: Opinión general sobre la actividad: Hacer un marco
18	Erferferfe,hjsdkfhskf, sjdfksfjksd sdd dfsfsfsdfs
19	Esdfsdfsdfs sdfsdfsf sdfsfsdf sdfsfsdf sdfsfsf sdfsfsfsd sdfsfsdfsd sdfsdfsdf
20	Fvsdfsf sdfsdf sdsd e rferf

Definición de las categorías a trabajar

Categoria 1	Sub category 1 Physical: "Is the attraction because the physical presentation of leaders". (Foster, 2010: 93)
Personal attraction "Person capability or quality to attract other people. It could be physical, psychological and materialistic" (Foster, 2010: 92).	Sub category 2 Psychological: "it is the attraction because the transmition of trust, confidence, etc from leaders ". (Westerm dictionary, 2014: 43)
	Sub category 3 Materialistic: "Leaders is potential supplier of material things" (Pilst, 2011:55)
	Sub category 4 Idealistic: "Leaders and me share the same philosophy" (Regins, 2013: 33).
	Sub category 5 Others

Line No.	Text script: Personal attraction	Sub category
		sdfksjlfkjsldk sldkfslfkjslfkj
1	Question 1:	
2	P1: Skljlsjdfkljsdklfjkljl sdfksjdlfkj sdfksjlfkjsldk	kflskdfjl
3	sldkfslfkjslfkj lskdlfjkslfkj sdfsd	
4	Sdfksdfjskdl sldkflskdfjl sdlfksdfjdksl}.	ferfefe
5	P2: Sdfsdf sdfdfggt Fdj kdjkfj dkfj dfkkdfldf	
6	dkdlfkdlf dfdfdlfk dfdfdlfkl dfdfdfkldf	
7	P3: Dfkdlfkdlf dfkd lfkldf. Ddfgfgdf dfdffgfg	Erfeferf
	dfddgd ere r ferferfe erfefefe ferfefe	Erferferfe,hjsdkfhskf,
	Question 2:	
8	P8: Erfeferf erfeferfr. Erferferfe,hjsdkfhskf,	
9	sjdfksfjksd sdd dfsfsfsdfs	
10	Esdfsdfsdfs sdfsdfsf sdfsfsdf sdfsfsdf sdfsfsf	
11	sdfsfsfsd sdfsfsdfsd sdfsdfsdf	
12	Fvsdfsf sdfsdf sdsd e rferf.	dfdfdlfkl dfdfdfkldf
13	P2: Skljlsjdfkljsdklfjkljl sdfksjdlfkj sdfksjlfkjsldk	lfkldf. Ddfgfgdf dfdffgfg dfddgd
14	sldkfslfkjslfkj lskdlfjkslfkj sdfsd	
15	Sdfksdfjskdl sldkflskdfjl sdlfksdfjdksl}.	
	P4: Sdfsdf sdfdfggt Fdj kdjkfj dkfj dfkkdfldf	
	dkdlfkdlf dfdfdlfk dfdfdlfkl dfdfdfkldf	
	Dfkdlfkdlf dfkd lfkldf. Ddfgfgdf dfdffgfg	
	dfddgd ere ferferfe erfefefe ferfefe	

Categoria 2	Sub category 1 Physical: "Is the attraction because the physical presentation of leaders". (Foster, 2010: 93)
Personal attraction "Person capability or quality to attract other people. It could be physical, psychological and materialistic" (Foster, 2010: 92).	Sub category 2 Psychological: "it is the attraction because the transmition of trust, confidence, etc from leaders ". (Westerm dictionary, 2014: 43)
	Sub category 3 Materialistic: "Leaders is potential supplier of material things" (Pilst, 2011:55)
	Sub category 4 Idealistic: "Leaders and me share the same philosophy" (Regins, 2013: 33).
	Sub category 5 Others
2 Main category	Sub category 6 Dictatorial: "Person gives orders with people opinios" (Poster, 1999: 22)
Leadership style: "is the way how a leader direct its followers. They could be dictatorial, democratic ". (Chopt, 2009: 21).	Sub category 7 Democratic: "Person consult to his/her followers before to take decisions" (Lears, 2012: 45)
	Sub category 8 Others

Informe del grupo focal

Firma y fecha de responsabilidad

La Triangulación en Investigación

La triangulación

Consiste en la aplicación de varios métodos que potencia la interpretación más cercana de los hechos en investigación científica desde la reafirmación de las fuentes de datos, las personas que investigan, las teorías que se consideran o los ambientes que se dan en el estudio (Okuda & Gómez, 2005). A pesar de ser llamada triangulación puede ser realizada por más de tres métodos y se aplica tanto en procesos de tipo cualitativo como cuantitativo.

Lo que se procura es "encontrar patrones de convergencia para poder desarrollar o corroborar una interpretación global del fenómeno humano objeto de la investigación" (Mays & Pope, 2000, p. 50). La triangulación no significa que se apliquen 3 métodos, autores, o fuentes; pues de hecho se pueden aplicar más de ese número (Giacomini, 2000)

En la investigación cualitativa, la tendencia al aplicar la triangulación comprende el uso estrategias que permitan afianzar los datos sobre el sujeto estudiado. Los métodos como las entrevistas individuales a profundidad, grupos focales, fichas de observación o talleres investigativos son los más comúnmente aplicados. (Patton, 2002) y este mecanismo ayuda a superar la vulnerabilidad de los procesos cualitativos y acercarnos a la realidad de los casos. Ya que la condición de lo relativo que caracteriza al medito cualitativo demanda de formas de comprobación de los hallazgos; y que el conocimiento es una creación a partir de la interacción entre el investigador y lo investigado, que da cabida a que existan. (Sandoval, 2002). Con la triangulación se logra por lo tanto, validar la información, y se amplía

y profundiza la comprensión de la misma. Denzin & Lincol,n en el año 2000 presenta cuatro tipos de triangulación: la metodológica, la de datos, la de investigadores y, la de teorías.

Referencias bibliográficas

Denzin, N. & Lincoln, Y. (2000). Handbook of qualitative research. 2nd ed. Thousand Oaks: Sage Publications;

Giacomini, M. (2000). Users' guides to the medical literature: XXIII. Qualitative research in health care A. Are the Results of the study valid?. Pp. 284:357.

Mays, N, & Pope, C.(2000). Qualitative research in health care: assessing quality in qualitative research. Pp.320 BMJ.

Okuda, M. & Gómez, C.(2005). Métodos en investigación cualitativa: triangulación. Revista Colombiana de Psiquiatría, vol. XXXIV, núm. 1. Pp. 118-124. Asociación Colombiana de Psiquiatría, Bogotá, D.C., Colombia

Patton, M. (2002). Qualitative research and evaluation methods. 3rd Ed. Thousand Oaks: Sage; 2002

Sandoval, C. (2002). Módulo cuatro: investigación cualitativa. Programa de Especialización en Teoría, Métodos y Técnicas de Investigación Social. ARFO

Anexos

Anexo A

La entrevista

Proceso de toma de datos y sistematización de la entrevista para fines de investigación

Aporte de Armando Gómez

Lugar: Manta, Ecuador
Periodo: Marzo / Mayo 2015.
Tema: Determinación de los usos del idioma inglés en la Agencia de viajes
Investigador de campo: Armando Gómez

Categorías a evaluar:

1.- Aplicaciones cotidianas del idioma inglés en las agencias de viajes de la ciudad de Manta

Common applications of English Language at the travel agencies in Manta city

2.- Conocimiento del idioma inglés en el personal de las agencias de viajes

English Knowledge in travel agencies staff.

Preguntas a aplicar

1.- ¿En qué actividades diarias en la agencia de viajes, hacen uso del idioma Ingles?.

2.-¿Con qué frecuencia atienden pasajeros con los que tienen que usar el idioma inglés? ¿Cuántos pasajeros por semana o por mes?

3.-¿Cómo cree usted que el inglés aporta al desarrollo turístico en la zona 4 del Ecuador – diversos sectores del turismo?

4.-¿Cuántas personas hablan inglés en la Agencia de viajes? ¿Qué nivel de inglés manejan?

Selección de los entrevistados:

Sector turismo: Agencias de viajes
Sector academia: Universidad, Carrera de Turismo.
Sector público: Dirección de turismo del cantón

Interview No. 1.	Interviewer:	Date: 30/Abril/2015
Objective: To determine the importance given to English Language in travel agencies in Manta. Determinar la importacion que es dada al uso del idioma inglés de parte de las agencias de viajes en Manta	Position in the business: Directress. Institution: Tourism Directress Municipality of Manta Directora de turismo del canton Manta	Beginning time: 15h40 Ending time: 16h30 Place: Municipio de Manta. Malecón y calle 12.

Interview No. 1.	CATHEGORIZATION
En qué actividades diarias en la agencia de viajes hacen uso del idioma inglés? Respuesta: Ventas. En ventas se encargan de proveer los servicios, de hacer los reportes, las operaciones, la emisión de pasajes. Ventas se encarga de hacer todo eso. Pregunta 2:¿Con qué frecuencia atienden pasajeros con los que tienen que usar el idioma inglés? ¿Cuántos pasajeros por semana o por mes? Respuesta: Por lo general vienen más personas de los Estados Unidos o argentinos, pero ellos por lo general sí hablan español. Claro. Claro, que esos visitantes hablan el español, pero seria muy bueno que les podamos atender en su idioma … de cada 10 turistas uno es extranjero. ¿Cómo cree usted que el inglés aporta al desarrollo turístico en la zona 4 del Ecuador – diversos sectores del turismo? Respuesta: Sobre todo lo que es Manta, porque acuérdese que aquí sí hay mucha afluencia de turismo. Créame que es fundamental. Sí, verdad. Sobre todo aquí, en la ciudad de Manta, súper importante. Pregunta 3: ¿Aquí en las oficinas hay personas que hablen el idioma inglés? Nosotros sí. (Sí lo hablan). Sí. Es más, también estamos capacitando. Sí. Nosotros tenemos capacitación con COPEI. Hacemos una feria. También para los taxistas promovemos capacitaciones en Inglés . Nosotros, ahorita a la señora que estaba ahí afuera. Estamos capacitando ahorita a los artesanos porque tan fundamental es el inglés pero eso es por medio de nosotros la Dirección de Turismo, siempre estamos capacitando a los taxistas, a los artesanos. Tan importante es el inglés que estaban diciendo el otro día que un artesano que sabía hablar inglés vendía mucho más (Claro.) que el otro. º ¿Cómo cree usted que el inglés aporta al desarrollo del turismo en concreto de las agencias de viajes del Ecuador y Manabí? Respuesta: Asuntos comerciales (ventas) y Relaciones internacionales. Para que se realice una venta también es… exactamente y eso, también en lo que es las agencias de viaje, el sistema: el de SABRE y Amadeus es completamente en inglés, todo. Saberse esos códigos esas ka, alfa, beta. Amadeus es como que más amigable, en cambio SABRE es más complicado, SABRE es más complicado. ¿Qué estrategias aplicaría usted para usted y su personal se capacite en inglés? Capacitar con personas especializadas en este tema al personal. Claro, sí. ¿Cuántas personas hablan inglés en la Agencia de viajes? ¿Qué nivel de inglés manejan? El 30% del personal. ¿Por qué cree usted que la mayoría de los agentes de viajes en Manta NO tienen un buen nivel de inglés? Porque antes las escuelas y colegios no le prestaban la debida relevancia o importancia.	Aplicaciones cotidianas del Inglés en las Agencias de viajes Ventas. En ventas se encargan de proveer los servicios, de hacer los reportes, las operaciones, la emisión de pasajes. Asuntos comerciales (ventas) y Relaciones internacionales un artesano que sabía hablar inglés vendía mucho más (Claro.) que el otro. Para que se realice una venta también también en lo que es las agencias de viaje, el sistema: el de SABRE y Amadeus es completamente en inglés, Conocimiento del idioma inglés en el staff de las agencias de viajes Sí. Es más, también estamos capacitando. Sí. Nosotros tenemos capacitación con COPEI. Capacitar con personas especializadas en este tema al personal. El 30% del personal. Aportes del inglés para el desarrollo del turismo Claro, los visitantes hablan el español, pero sería muy bueno que les podamos atender en su idioma … de cada 10 turistas uno es extranjero mucha afluencia de turismo. Créame que es fundamental. Sí, verdad. Sobre todo aquí, en la ciudad de Manta, súper importante. También para los taxistas promovemos capacitaciones en Inglés Estamos capacitando ahorita a los artesanos porque tan fundamental es el inglés siempre estamos capacitando a los taxistas, a los artesanos Porque antes las escuelas y colegios no le prestaban la debida relevancia o importancia.

Interview No. 2.	Interviewer: Coordinadora de carrera Turismo en Universidad XYZ	Date: 3/marzo/2015
Objective: To determine the importance given to English Language in travel agencies in Manta.	Position in the business: Directress.	Beginning time: 19h00
	Institution: Faculty of tourism in ULEAM	Ending time: 20h00
		Place: Circunvalación Avenue, Manta.

Interview No. 1.	CATHEGORIZATION
Pregunta 1: ¿En qué actividades diarias en la agencia de viajes hacen uso del idioma inglés? Respuesta: Para ejecutar campañas internacionales, para trabajas las guía de precios (paquetes, chequeo, aeropuertos, tarifas), para aerolíneas internacionales y sistemas de tarifas especiales y proveedores de servicios, se requiere el uso del idioma inglés en las agencias de viajes. Pregunta 2:¿Con qué frecuencia atienden pasajeros con los que tienen que usar el idioma inglés? ¿Cuántos pasajeros por semana o por mes? Respuesta: En Manta hay alta demanda de conocimientos del idioma inglés debido a las frecuencias del Turismo internacional un 98% porque no es sólo estadounidense, porque hay también turismo asiático, de coreanos, japoneses y saben poco el castellano. Es muy alta la necesidad. Hay muchos alemanes, para el turismo de aventura. Francófonos de Francia y Canadá. Chinos que hablan inglés para comunicar. Pregunta 3. ¿Cómo cree usted que el inglés aporta al desarrollo turístico en la zona 4 del Ecuador – diversos sectores del turismo? Respuesta: Aportaría bastante, pero creo que no tenemos el nivel del inglés que se requiere en turismo. Se constata bastante en las calles que no hay ese nivel de inglés. Pregunta 4: ¿Cuántas personas hablan inglés en la Agencia de viajes? ¿qué nivel de inglés manejan? Respuesta: De planta, mínimo 20%. Según el tamaño, 2 personas. ¿Por qué cree usted que la mayoría de los agentes de viajes en Manta NO tienen un buen nivel de inglés? Respuesta: Aquí en Manta. Creo que no hay buenas escuelas. No hay buenos centros. No hay entendimiento (dominio) del inglés muy importante. No hay el suficiente interés por parte de las personas para aprender inglés. Pregunta 5: ¿Qué estrategias aplicaría usted para usted y su personal se capacite en inglés? Respuesta: Que sea más hablado. No debe de ser un inglés académico que sirve para dar charlas y escribir. Lo que se necesita es hablar para entenderse. El inglés es como dos idiomas en uno, sino dos, el que se habla y el que se escribe. Aprender a hablar el idioma es el más importante. Para comunicar rápido con los clientes.	Aplicaciones cotidianas del Inglés en las Agencias de viajes ejecutar campañas internacionales, para trabajas las guía de precios (paquetes, chequeo, aeropuertos, tarifas), para aerolíneas internacionales y sistemas de tarifas especiales y proveedores de servicios No debe de ser un inglés académico que sirve para dar charlas y escribir. Lo que se necesita es hablar para entenderse. Conocimiento del idioma inglés en el staff de las agencias de viajes no tenemos el nivel del inglés que se requiere en turismo. mínimo 20%. Según el tamaño, 2 personas. No hay entendimiento (dominio) del inglés muy importante. No hay el suficiente interés por parte de las personas para aprender inglés Aprender a hablar el idioma es el más importante. Aportes del inglés para el desarrollo del turismo En Manta hay alta demanda de conocimientos del idioma inglés debido a las frecuencias del Turismo internacional un 98% turismo asiático, de coreanos, japoneses y saben poco el castellano. Es muy alta la necesidad. Hay muchos alemanes, para el turismo de aventura. Francófonos de Francia y Canadá. Chinos que hablan inglés para comunicar. Aquí en Manta. Creo que no hay buenas escuelas. No hay buenos centros. Para comunicar rápido con los clientes.

Interview No. 3.	Interviewer: Flor Bravo	Date: 18/sep/2015
Objective: To determine the importance given to English Language in travel agencies in Manta.	Position in the business: Manager Institution: Virtual Travel Agency	Beginning time: 19h0 Ending time: 20h00 Place: Cordova Neigborhood, Street 20 ave 12 A. Manta.

Interview	CATHEGORIZATION
1.- ¿En que actividades diarias en al agencia de viajes, hacen uso del idioma Ingles?. "… Hablar de ventas es hablar de nuestro clientes a la hora de facilitarle una buena comunicación cuando es con su idioma natal, como lo es el "idioma ingles" para una excelente atención. …La importancia de dominar el inglés en la actualidad es un hecho indiscutible, en un mundo donde las relaciones internacionales adquieren cada vez mayor importancia y donde la lengua de comunicación. …Pero aún más, ante las actuales dificultades para acceder al mercado laboral. Cualquier persona demandante de empleo o mejora de este, es consciente de la enorme importancia del inglés para acceder al mercado laboral. Y, aunque es posible acceder a un puesto sin saber idiomas…. Los trabajadores del sector turismo son aun más susceptibles a esta realidad, a sabiendas que es en su sector donde esta destreza adquiere una preponderancia máxima. …El inglés para el profesional del turismo constituye una herramienta básica en cualquiera de los campos donde se desarrolle, desde la información turística hasta la gestión y promoción de destinos o actividades turísticas, pasando por las empresas de intermediación, alojamiento y transporte. …Proveedores de servicios, los que proveen el servicio es un sistema internacionalizado y en su totalidad es en ingles, como tales las líneas aéreas, los hoteles, los traslados y los diferentes multiservicios que los proveedores nos facilitan, para ello el conocimiento del idioma inglés es imprescindible ya que no se podría comprender lo antes mencionado, por ejemplo las tarifas, sistemas, promociones, rutas, sus diferentes escalas por ello no debe haber margen de error a la hora, de emitir un boleto, o prestar un servicio, sea cual sea el servicio, hasta para hacer un reclamo a los proveedores debe ser en el idioma inglés. Reportes en la actualidad se maneja un formato especial en lo que es reporte a la hora de hacer las ventas internacionales, cuando hay ventas a personas extranjeras y en el caso de cuando el pasajero hace un vuelo internacional se maneja con un reporte especial, está el sistema internacional de SABRE. OPERACIONES se debe de atender muchas personas dentro de esas personas son las que hablan el idioma ingles EMISION DE PASAJES todo lo que tiene que ver de los servicios con sistemas de rutas de viajes tiene que ver mucho con el idioma inglés dado a que el sistema de visión solo se maneja con el idioma inglés, no hay otra opción de otro idioma La agencia de viaje atiende frecuentemente a pasajeros de habla inglesa con un porcentaje aproximado de 70% de extranjeros incluidos hindús, griegos, yugoslavos, árabes, europeos entre otras nacionalidades quienes trabajan en empresas aduaneras hablan idioma inglés. El idioma inglés debe aportar al turismo en su totalidad no hablando ni siquiera en una forma parcial sino más bien general, en la actualidad el turismo es una fuente principal de ingreso ya sea en el ámbito turístico u hotelero; y para ello el hablar este idioma es importante porque se da a conocer en otros países inclusive en otras culturas; es decir se promociona el potencial de la provincia, por ejemplo hablando del Ecuador se manifiesta dando a conocer a extranjeros acerca del turismo del Oriente, Sierra la Costa y por supuesto hablarle a nuestros pasajeros de nuestro fascinante mundo de Galápagos que ellos mismos lo catalogan como un paraíso tropical, en que los turistas extranjeros quedas totalmente fascinados con la ayuda turística que se le brinda a ellos.	Aplicaciones cotidianas del Inglés en las Agencias de viajes buena comunicación las relaciones internacionales adquieren cada vez mayor importancia y donde la lengua de comunicación. sistema internacionalizado y en su totalidad es en ingles, como tales las líneas aéreas, los hoteles, los traslados y los diferentes multiservicios las tarifas, sistemas, promociones, rutas, sus diferentes escalas por ello no debe haber margen de error a la hora, de emitir un boleto reclamo a los proveedores debe ser en el idioma inglés. un vuelo internacional se maneja con un reporte especial, está el sistema internacional de SABRE. OPERACIONES se debe de atender muchas personas dentro de esas personas son las que hablan el idioma ingles los servicios con sistemas de rutas de viajes tiene que ver mucho con el idioma ingles Conocimiento del idioma inglés en el staff de las agencias de viajes Cualquier persona demandante de empleo o mejora de este, es consciente de la enorme importancia del inglés

Refiriéndose al turismo en Manabí, todos tenemos el conocimiento necesario que se le ha dado mucha apertura al turismo ya se abren puertas y oportunidades en las diferentes redes sociales, televisión y esta sobrentendido que es en inglés y es ahí que entramos las agencias de viaje para dar ese impulso para dar a conocer nuestra tierra en el aspecto turístico por esa razón es importante que las relaciones internacionales debemos mantenerlas en armonía con nuestros visitantes, por esa razón las agencias de viajes se esmeran por brindar un servicio de calidad. En las agencias de viajes es indispensable en el staff de asesoramiento de servicio al cliente es muy importante que haya el 80% del conocimiento total del idioma Inglés y en la agencia virtual agency se habla un globalizado general de un 75% y por ende el nivel inglés estandarizado en nuestra agencia es de un nivel medio-alto. En ocasiones las demás agencias de viajes no ponen como requisito indispensable el tener el conocimiento del idioma inglés y por ende se puede ver la diferencia en márgenes de ganancia como ventas y cuadros de cotización a extranjeros. Como una de las estrategias principales, de capacitación al personal en el idioma inglés, es importante conversar con nuestros colaboradores y ver su predisposición y ganas de mejorar su idioma para lograr una mejor comunicación con el cliente de habla inglesa y por ende una mejor comprensión como objetivo principal dando ha conocer el turismo ecuatoriano de una mejor manera. El asesor adquiere los conocimientos y destrezas que le permiten expresarse y desenvolverse de manera fluida en inglés en las distintas situaciones propias de la actividad turística profesional, dando respuesta a situaciones en las que debe hacer una adecuada interpretación de la comunicación con distintos interlocutores, en atención directa a clientes, agencias de viajes, oficinas de información turística, medios de transporte, resolución de contingencias, ofrecimiento de productos turísticos.	El inglés para el profesional del turismo constituye una herramienta básica En las agencias de viajes es indispensable en el staff de asesoramiento de servicio al cliente es muy importante que haya el 80% del conocimiento total del idioma Ingles En ocasiones las demás agencias de viajes no ponen como requisito indispensable el tener el conocimiento del idioma inglés y por ende se puede ver la diferencia en márgenes de ganancia como ventas y cuadros de cotización a extranjeros en atención directa a clientes, agencias de viajes, oficinas de información turística, medios de transporte, resolución de contingencias, ofrecimiento de productos turísticos. su predisposición y ganas de mejorar su idioma para lograr una mejor comunicación con el cliente de habla inglesa y por ende una mejor comprensión como objetivo principal dando ha conocer el turismo ecuatoriano de una mejor manera. Aportes del inglés para el desarrollo del turismo " para una excelente atención. dominar el inglés en la actualidad es un hecho indiscutible del idioma inglés es imprescindible 70% de extranjeros incluidos Hindúes, griegos, yugoslavos, árabes, europeos entre otras nacionalidades quienes trabajan en empresas aduaneras hablan idioma inglés. turismo es una fuente principal de ingreso ya sea en el ámbito turístico u hotelero es importante porque se da a conocer en otros países inclusive en otras culturas; es decir se promociona el potencial de la provincia es importante que las relaciones internacionales debemos mantenerlas en armonía con nuestros visitantes
Observación: De la entrevista realizada a la gerente general de la agencia virtual travel refiriéndose en las actividades diarias sobre el uso del idioma inglés se pudo observar que en todas las actividades que se ejecutan en la agencia de viaje tales come ventas proveedores de servicios reportes operaciones, emisiones de pasajes, etcétera, se utiliza de manera diariamente el idioma inglés refiriéndose a las ventas.	

Informe de las entrevistas realizadas

Categoria 1:

CATHEGORY	VOICES
1.- Aplicaciones cotidianas del idioma Inglés en las agencias de viajes de la ciudad de Manta Common applications of English Language at the travel agencies in Manta city	1.- Aplicaciones cotidianas del idioma Inglés en las agencias de viajes de la ciudad de Manta Common applications of English Language at the travel agencies in Manta city Manta city Municipality Tourism Directress Directora de turismo del municipio de Manta 1.Ventas. En lo que respecta las ventas se encargan de proveer los servicios las mayoristas que den una mejor alternativa para la clientela en general, como también se revisa en el sistema de SABRE las posibilidades de mejorar los costos (solo en pasajes) como también de hacer los reportes, las operaciones, la emisión de pasajes. 2.Asuntos comerciales (ventas) y Relaciones internacionales 3.Un ejemplo un artesano que sabía hablar inglés vendía mucho más (Claro.) que el otro. 4.Para que se realice una venta también 5.También en lo que es las agencias de viaje, el sistema: el de SABRE y Amadeus es completamente en inglés, para ello es necesario el conocimiento del idioma ya que un fallo por pequeño que sea logra cambiar significativamente y en ocasiones la molestia del cliente. Tourism Faculty´s Dean Decana de la Facultad de turismo 6.Existen compañías internacionales que se manejan con unos precios muy competitivos en lo que respecta paquetes turísticos incluso tiquetes y otras actividades de mucho agrado por los usuarios 7.Las campañas internacionales, sirven significativamente para las guía de precios (paquetes, chequeo, aeropuertos, tarifas). 8.Para venta de pasajes de aerolíneas internacionales y sistemas de tarifas especiales y proveedores de servicios(actividades). Travel Agency´s Manager Gerente de agencia de viajes: 9.Para una buena comunicación en las relaciones internacionales adquieren cada vez mayor importancia y donde la lengua de comunicación ya que las herramientas fundamentales para lograr un trabajo optimo es conocer este sistema internacionalizado que en su totalidad es en inglés como tales las líneas aéreas, los hoteles, los traslados y los diferentes multiservicios y un sinfín de actividades que tienen los diferentes destinos. 10.En lo que respecta las tarifas, sistemas, promociones, rutas, sus diferentes escalas por ello no debe haber margen de error a la hora, de emitir un boleto para eso es primordial el uso exacto y en muchos casos las claves internacionales de los diferentes destinos a la hora de emitirlos. 11.Cuando hay insatisfacción por parte del usuario y si la compra es en el extranjero los reclamos deben ser cien por ciento en inglés la carta debe ser dirigida al proveedor de dicha situación. 12.Los vuelos internacionales se manejan con un reporte especial, está el sistema internacional de SABRE que ayuda de la manera mas rápida a la hora de abarrotar gastos y ver las diferentes opciones, escalas, etcétera 13.Operaciones a la hora de hablar a los operadores sea el destino que sea debe de atender a personas que hablan el inglés pues es el idioma universal 14.Los operadores de los diferentes servicios que manejan rutas de viajes tienen que explicar las diferentes situaciones que se presentan que en su mayoría son por los seguros de viaje entre otros.

Informe final de la entrevista – parte 1.

El idioma inglés es imprescindible en el ámbito turístico y más aún cuando estamos frente al cambio de la matriz productiva; donde el turismo tiene potencialidades de crecimiento en Manabí.

Se gestiona un sistema globalizado que se maneja totalmente en idioma inglés; SISTEMAS SABRE Y AMADEUS. La familiarización y dominio del inglés es una necesidad primordial; y a la vez obligatorio, ya que el sistema es internacionalizado y es primordial entenderlo con la fluidez que se necesita.

A partir de las entrevista se deduce que un aspecto primordial de uso del idioma inglés se relaciona con las ventas; para lo cual una comunicación fluida con las personas de habla inglesa es fundamental.

Las regulaciones en viajes internacionales generalmente aparecen en idioma inglés; por lo cual, un agente de viajes debe facilitar la comprensión de dicha información a sus clientes.

CATHEGORY	VOICES
2.- Conocimiento del idioma inglés en el personal de las agencias de viajes English Knowledge in travel agencies staff.	Manta city Municipality Tourism Directress Directora de turismo del municipio de Manta 1.Sí. Es más, también estamos capacitando. Sí. Nosotros tenemos capacitación con instituciones de idiomas en la ciudad. 2.Capacitar con personas especializadas en este tema al personal. 3.El 30% del personal Tourism Faculty´s Dean Decana de la facultad de turismo 4.No tenemos el nivel del inglés que se requiere en turismo. 5.Mínimo 20%. Según el tamaño, 2 personas. 6.No hay entendimiento (dominio) del inglés muy importante. 7.No hay el suficiente interés por parte de las personas para aprender inglés 8.Aprender a hablar el idioma es el más importante. Travel Agency Manager Gerente de la agencia de viajes: 9.Cualquier persona demandante de empleo o mejora de este, es consciente de la enorme importancia del inglés 10.El inglés para el profesional del turismo constituye una herramienta básica 11.En las agencias de viajes es indispensable en el staff de asesoramiento de servicio al cliente es muy importante que haya el 80% del conocimiento total del idioma Ingles 12.En ocasiones las demás agencias de viajes no ponen como requisito indispensable el tener el conocimiento del idioma inglés y por ende se puede ver la diferencia en márgenes de ganancia como ventas y cuadros de cotización a extranjeros 13.en atención directa a clientes, agencias de viajes, oficinas de información turística, medios de transporte, resolución de contingencias, ofrecimiento de productos turísticos". 14.su predisposición y ganas de mejorar su idioma para lograr una mejor comunicación con el cliente de habla inglesa y por ende una mejor comprensión como objetivo principal dando ha conocer el turismo ecuatoriano de una mejor manera.

Informe final de la entrevista – parte 2

La industria turística demanda de altos perfiles profesionales en dominio de lenguas extranjeras; en Manta se cuenta con instituciones de aprendizaje del inglés que pueden ayudar a los agentes de viaje en su preparación.

La realidad es otra, ya que no todos los agentes de viajes están capacitados para una buena atención al cliente de habla inglesa; lo cual es una herramienta indispensable a la hora de dar un servicio de calidad.

En el ámbito turístico hablar otros idiomas permite dar a conocer a los potenciales viajeros información de este y otros países y sus culturas, por ejemplo sobre Ecuador los agentes de viajes podrían dar a conocer el turismo de la Oriente, Sierra y otras zonas en la Costa; y Galápagos.

Responsable de las entrevistas: Fecha y Firma

Analista: Fecha y firma.

Anexo B

Sistematizacion de informacion a partir del grupo focal

Tema del grupo focal: aspectos de diferenciación entre niños y adultos frente al uso de la televisión

Categorias a evaluar:

A.Interés de los niños y niñas en la televisión

B.Interés de los adolescentes en la televisión

C.Acción de protección de aspectos negativos que están expuestos los niños, niñas y jóvenes

D.La educación en valores en el currículo de Bachillerato en Ecuador

E.Lo que los jóvenes buscan en la televisión

F.La televisión como soporte didáctico para el aprendizaje de valores

G.Criterios para la selección de programas apropiados según edad del estudiantado

H.La motivación para el aprendizaje desde las pantallas

Pasos a seguir

Reorganiza las respuestas dadas según factor común, es decir aquellas respuestas que son parecidas deben ser agrupadas en una parte de la matriz de datos.

Tabulación de respuestas

Aspectos	**Intereses de niños y niñas**	**Intereses de adolescentes**
Contenidos, temas	Fantasias	Romance, aventura, sexo
Sensación	Libertad y extracción de frustraciones	Entretenimiento, placer
Genero de programas televisivos	Series comicas, deportes, programas de ciencias	Comics, aventuras, series misterio, deportes, modas
Dedicacion en tiempo	1H30	3H00
Horario	7H00-8h00 y 15h00-19h00	15H00 – 23h00

Elaborado por: Los autores, Junio 2014.

Accción de protección de aspectos negativos que están expuestos los niños, niñas y jóvenes

Niños	**Aspecto**	**Jóvenes**
Existe un sistema de censura que plantea el servicio de televisión con categorías y horarios. Ver televisión acompañados de un adulto	Acceso	Ayudar a entender como funciona los géneros televisivos
Necesidad de enseñar valores. Programas de fantasía y promoción de la creatividad a través de la televisión	Selección de contenidos	Formación para seleccionar sus informaciones. Información sobre futuros estudios y universidades. Comprender el funcionamiento de los medios
Gratificación sensorial. La niñez necesita alimentar las fantasías e imaginar a través de la fabulación	Fines	Integración curricular de la televisión y oportunidad de interactuar con adultos
La televisión es un espacio de libertad para el niño Necesidad de liberar los conflictos y tensiones internas a través de los mecanismos de la identificación y proyección	Acciones post Ver Televisión	Fomentar grupos de discusión entre iguales sobre los contenidos televisivos
Exploración del mundo desde la televisión, cultura y artes.	El entorno	Generación de valores, la vida familiar, actuación positiva y activa en la comunidad, información.
Al despertar el espíritu crítico se dele mantener la fascinación que la televisión le produce	Educación para la television	Padres e hijos e hijas se convierten en consumidores críticos de la TV
Rechazo a la televisión se fundamenta en ocasiones al bajo rendimiento escolar, acceso a violencia	Impactos negativos que se le acreditan	Rechazo a la televisión se fundamenta en ocasiones al bajo rendimiento escolar, acceso a pornografía, violencia, consumismo.

Elaborado por: Los autores, 2015.

Análisis:

Los valores que comporta la experiencia de ver la televisión pueden ser perdidos frente a una excesiva regulación o control. Un niño, una niña o un joven aislado de la televisión provocarán el sentido de aislamiento y exclusión del entorno social que le integra a la familia y círculo de amistades.

Lo ideal es el regular el consumo de la televisión y hacerlo de manera madura liberados de improvisaciones y decisiones no razonadas.

Firma de responsabilidad y fecha

Tema del grupo focal 2:

La crisis de renovación de la dirigencia de sistemas de agua potable

Lugar: Atacames
Fecha: 15 octubre 2015
Objetivo: Tomar opiniones sobre el Porque no hay dirigentes
Participantes:25 miembros de juntas de agua potable
Categorías:
Las exigencias de ser dirigente - conocimiento.
Económico
Tiempo duración del grupo focal: 45 minutos

No	Por qué no hay renovación en la dirigencia	Tiempo	capacidades	Económico	Movilizarse
1 2 3 4 5 6 7 8 9	Los dirigente requiere de responsabilidad y las personas no tienen tiempo; en cambio a otras personas no les gusta hacer trabajo comunitario. B: Yo personalmente, no quiero ir a reuniones; ni tampoco asumir responsabilidades. Yo prefiero salir al campo a trabajar en lo mío, pues tengo una familia a la que debo mantener.	personas no tienen tiempo		pues tengo una familia a la que debo mantener	no quiero ir a reuniones; ni tampoco asumir responsabilidades.

10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51	C: La verdad es que a mí, no me gusta salir a reuniones D: La vida en la ciudad es una cosa diferente a la realidad del campo. Hay personas a quienes no les gusta ayudar. E: Hay personas que no saben leer o usar computadora y prefieren no participar por ese motivo; por ejemplo las facturas ya se pide que se hagan en computadora por lo cual, las personas que no tienen conocimientos no podrían hacerlo. F: Siempre somos las mismas 2 personas que andamos en esto de la dirigencia. Ya han pasado 5 años y seguimos siendo los mismos. Algunas personas le llaman pérdida de tiempo. G: En mi caso, cuando los proyectos están atrasados en que se hagan realidad, eso ha generado que la gente tenga desconfianza. Piensan que les digo mentiras. H: Las autoridades han hecho que las comunidades estén incrédulas, ya que no se concretan las obras. Entonces me pregunto: ¿Qué voy a hacer? directiva y a otras personas para que administre el sistema de agua. Yo recuerdo que pedimos ayuda a la Junta Parroquial, ellos trajeron un mecánico pero, lo que se logro fue desarmar el motor y terminarlo de dañar. Alli quedó. Pero cuando estamos en campaña de elecciones políticas; allí he visto gran interés de los políticos en las comunidades. Asi fue como logre reparar el sistema; le pedí ayuda a un político y ellos lo repararon de inmediato. Y: Con los cambios de la Ley del Agua, actualmente, las juntas no tenemos personería jurídica. Hemos sido nombrados pero no se nos ha legalizado. Z: Todo lo que nos ocurre nos desalienta. Especialmente, que sin apoyo logramos reparar los daños en el sistema de agua y cuando ya funcionan bien las cosas, ya quieren sacarlo a uno del cargo.	Todo lo que nos ocurre nos desalient	no saben leer o usar computadora y prefieren no participar	. Yo recuerdo que pedimos ayuda a la Junta Parroquial, ellos trajeron un mecánico pero, lo que se logro fue desarmar el motor y terminarlo de dañar. Alli quedó.	no me gusta salir a reuniones

Anexo C

Las fichas de observación para toma de datos en el trabajo de campo

Contribución de Alejandra Cobeña

Tema: Usos del idioma inglés por parte de los vendedores de artesanías en la playa "El Murcielago" en Manta.

Periodo observado: Octubre 2014 hasta Junio 2015.

Investigadora de campo: Alejandra Cobeña

Las categorías a observar son:

1. Estrategias de comunicación de los vendedores de artesanías

Se refiere a todas aquellas actividades que una persona realiza para lograr comunicarse en el idioma inglés.

2. Motivaciones y fricciones de los vendedores de artesanías ante el reto de aprender ingles

Se refiere a todas las fuerzas que mueven a una persona para el aprendizaje del idioma Inglés o aquellas fuerzas que le impiden su aprendizaje.

DATE: Miercoles, feb. 13 de 2015 No. 1
PLACE: "Malecón escénico, Playa el Murciélago" en Manta
OBJECTIVE OF THE VISIT: Observar las formas de comunicación de los vendedores de artesanías ante los clientes de habla inglesa.
PERSON CONTACTED: Sellers of the Association of Artisans, "Murciélago" Beach
ELABORATED BY: Alejandra Cobeña

Time	Brief description of the perceived
14h00	Arrive at "Murciélago" Beach, in Manta city.
14h10	I was Taking notes about the communication observed of the artisan trader with English-speaking tourists, It was my first day of observation here I could know the ways of communication and commercialization of traders with foreign tourists, some sellers couldn't sell their handicrafts because they do not understand the English idiom and several occasions they preferred don't sell.
15h00	I could contact me with the President of the Association of Handicrafts Merchandizer and I explained the objective of my observation, describing that it is part of the process of my research work, he expressed his gratitude, because they have always had the necessity for knowledge of the English language.
Analysis: 1 By means the observed I could detect a lack of communication of the Artisans Merchants with English-speaking tourists, because their forms of sales many traders they do by signs and to indicate the price through calculator and other traders prefer not to sell, because they had no knowledge of the English language. Is very notable the lack of a good attention to the client, by the motive of do not bring a good communication to the foreign tourist, because they do not feel understandable at the moment to get a buy, for this reason is very visible the necessity of knowledge of English language.	

DATE: Viernes, Nov 24 de 2015 No. 2
PLACE: Plaza cívica de Manta
OBJETIVE OF THE VISIT: Observar las estrategias de comunicación que emplean los vendedores de artesanías de Otavalo ante sus clientes de habla inglesa.
PERSON CONTACTED: Pedro Coral
ELABORATED BY: Alejandra Cobeña

Time	Brief description of the perceived
O9h30am	Contact to Artisans in the Civic Square
09h35am	Taked notes about the communication observed of the artisan trader with English-speaking tourists, it was my second day of observation where I could know the ways to communication and commercialization of traders with English-speaking tourists
10h00am	In the observation of mi research I could know the form of sales of Merchandizer of Otavalo, and I was impressed that the people from Otavalo are recognized as good speakers of the English language, but it was not, the group of traders only one trader spoke English, the others communicated with signs or indicated prices by calculating tourists language English
Analysis: 2 Through the observed something happened that clarified certain doubts, in this case Merchants from Otavalo. I consider them with a high knowledge of the English language, but through my observation process could detect that the whole group of traders only one dealer 18 year-old spoke basic English, the other traders commercialized through signs, or through calculator to indicate prices.	

DATE: Martes uesday, Dic. 4 de 2015 No. 3
PLACE: Departamento de la Dirección de Turismo en la ciudad de Manta
OBJETIVE OF THE VISIT: Contactar al personal del Centro de MINTUR (Ministerio de turismo en Manat)
PERSON CONTACTED: Ing. Andrea Zambrano, Directora del Dpto de Turismo.
ELABORATED BY: Alejandra Cobeña

Time	Brief description of the perceived
O8h30am	I contacted Ms. Katty Sabando, Municipal Secretary of the Department of Tourism, I said her the reason for my visit, and therefore I was going to deliver the letter of request to the Ing. Andrea Zambrano.
09.30am	I was accompanied by the office Directress Engineer Andrea Zambrano I explained my visit´s purpose are: a.- Have the possibility that if they could provide me information about the number of Merchants Artisans that work at Murciélago Beach. b.- we analyze the lack of communication in English of the merchants with foreign tourists c.- she manifested the different courses in English that they have organized for traders, but has not had the expected result for the reason for the little assistance by Merchants
10h30	To conclude this meeting, the next meeting for deliveries from the list of merchants that will be useful for the development of the research.
Analysis : 3 The first activity was to express to the Engineer. Andrea Zambrano about the result of the Artisans observed on the failure of the dealer communication with English-speaking tourists, therefore she added that they provide training, but unfortunately many do not attending presenting various excuses such as time and other personal reasons as age.	

DATE: Viernes, enero 14 de 2015 No. 4
PLACE: Dpto. De la Dirección de turismo en la ciudad de Manta
OBJETIVE OF THE VISIT: Solicitar información sobre registros de vendedores de artesanías en MINTUR.
PERSON CONTACTED: Lic. Katty Sabando, Secretary of the Municipal Department of the city of Manta
ELABORATED BY: Alejandra Cobeña

Time	Brief description of the perceived
09h00am	My first encounter was with the Lic. Luis Montero Loor who is responsible for the inspection of tourism, and who provided me information about the activities of traders, I explained the reason for my visit and then contacted me with the Municipal Secretary of Tourism.
09h45am	I was accompanied to the office of Lic. Katty Sabando who gave me the list of the Merchants Association Artisan at Murciélago Beach, she was very friendly with me, because besides giving me the list of artisans, he said each of the functions of the merchants, and each one of the functions as directors of tourism they have towards traders, and especially in the training of the English language that will providing them for a better communication and commercialization to English-speaking tourists
Analysis: 4 The staff of the Department of Tourism was very friendly to give me information about what Requested, and indicated me that they are willing to give me any information relating to Merchants in the time required, In my personal opinion I believe that tourism managers if they have a good intention to help traders in the knowledge of English language, because they consider it language very important in this Commercial area, because this would improve sales and They would also provide better attention for foreigners.	

DATE: Viernes, Feb. 28 de 2015 No. 5
PLACE: Malecón Escénico Playa el Murciélago
OBJETIVE OF THE VISIT: Observar las actitudes de los vendedores del malecón escénico de Manta.
PERSON CONTACTED: Luis Mero
ELABORATED BY: Alejandra Cobeña

Time	Brief description of the perceived
15h00pm	The first person contacted was the President of the Association of Merchants, to whom I expressed that I was going to do my process Survey of Merchants ,and he said he has the support of his co-workers for this process
15h30pm	Realization of surveys Artisans Merchants Association formed by 20 people
10h00am	In the survey process, I could obtain different opinions, my first person surveyed was an older adult proprietary of the business of crafts, she told me about the knowledge of the English language that her age do not allow to comprehend the language, and to learn a new idiom is too late to learn, and for that reason when comes to buy a foreign tourist, she tells her granddaughter that offers handicrafts, because she has a little knowledge of the language
16h30pm	Finalization of the survey process to Dealers

Analysis: 5
The people surveyed gave me the necessary cooperation to the surveys during this process I could sense a lack of knowledge of the English language, including some traders referring to business owners who are people with an average age of 50 years old, they indicated that besides being elderly does not allow them understand a new language, also say that is not necessary to learn English because tourists who come to buy more frequently are tourists from Latin countries such as: Venezuela, Colombia, Peru, etc. and English-speaking tourists rarely come to buy.
They should know that this language is the key to being able to communicate with foreign tourists at the time of marketing their handicrafts.

DATE: Martes, Mar. 1 de 2015 No. 6
PLACE: Dpto. de Dirección de Turismo en la ciudad de Manta
OBJETIVE OF THE VISIT: Entrevistar a Andrea Zambrano, Directora del Dpto. de Turismo
PERSON CONTACTED: Lic. Katty Sabando Secretaria de la Dirección Municipal de Turismo
ELABORATED BY: Alejandra Cobeña

Time	Brief description of the perceived
08h00am	I requested audience to the Secretary of Tourism to interview Ing. Andrea Zambrano
09h00am	Lic. Katty Sabando informed me that the Ing. Andrea Zambrano told her she gave the interview on her representation and excused because he was meeting and had several outstanding issues to deal.
	The Secretary of tourism, Lic Katty Sabando was very friendly in the interview , she explained to me the different businesses that they are in charge, such as beach businesses, hotels, restaurants, travel agencies, etc, and also told me about the functions that the direction of tourism is in charge with each of the institutions , speaking specifically of the English language trainings they offer to traders the Murcielago Beach
09h45am	I finished interview with Lic. Katty Sabando which helped me and facilitated this process of research with all the information she gave me

Analysis: 6
By means this interview process I could know the different tourist areas that the Office for Tourism is in charge and therefore could inform me about the commitment that the Department of Tourism with traders Beach El Murcielago, as this beach is recognized by its great tourist influx of English-speaking foreigners and therefore should be given due interest and importance to the knowledge of the English language to be able offer better attention to English-speaking tourists at the time of purchase.

DATE: Martes, May. 10 de 2015 No. 7
PLACE: Malecón Escénico, Playa Murciélago
OBJETIVE OF THE VISIT: Las regulaciones para ser vendedor de artesanias
PERSON CONTACTED: Hernan Renán Presidente de la Asociacion de vendedores de artesanias
ELABORATED BY: Alejandra Cobeña

Time	**Brief description of the perceived**
10h00am	I contacted the President of the Association of Traders Mr Hernán Renán at Murciélago Beach who provided me with the regulations of the Assoc.
10h05am	The President of the Traders Assoc was very kind with me in to give me the required information, and presented me to other dealers who are part of the Assoc.
11h00am	To conclude my day visit to merchants, I expressed my gratitude to receive all their support given.
Analysis: 7 Through the conversation with the President of the Aso, I could know all the regulations that they and handicrafts sellers must be based, on this fact shows that they are an Association that is well organized, although they have always had understanding their failings with English language, as the majority of them consider excuse whether by time or age, they say that the age do not allow them to understand the language, and do not feel the ability to learn another language, and in many cases such as: the such as: capacitation, and communications with English speaking tourist are represented by their sons or grandsons.	

DATE: Miercoles, Jun, 16 de 2015 No. 8
PLACE: Malecón Escénico, Murciélago Beach
OBJETIVE OF THE VISIT: Observar el proceso de venta de los vendedores de artesanías de la playa el Murciélago.
PERSON CONTACTED: Rocio Vicuña, Eduardo Carvallo
ELABORATED BY: Alejandra Cobeña

Time	**Brief description of the perceived**
14h00pm	Arrival to the Malecón escénico at Murciélago Beach
14h05pm	I conducted a sounding the merchants to know if some of the stands are attended by parents and children and that by means of this knowledge would be more feasible to make my sheet of observation to my research
14h30pm	According to the survey, I could verify that business owners are represented by their children when marketing their products of handicrafts and even to communicate with the tourist English speaking, it should also mention that many of them do not have some basic knowledge of English also attend the foreign by signs
14h45pm	I finished. I could verify the results were positive to apply the observation sheet so much as parents and children.
Analysis: 8 Through this sounding I could understand the motive by which business owners artisans do not go to the training of the English language that are organized by the Tourism and I could also observe that sometimes the children of the owners cannot attend business whether for reasons of study or other personal issues that they have during the week, and for this reason when the English-speaking tourists come to buy and are attended by business owners trader it cannot be understood and the merchant prefers not sell.	

DATE: Jueves, Jul. 24 de 2015 No. 9
PLACE: Malecón escénico
OBJETIVE OF THE VISIT: Evaluar por observación la frecuencia de vendas de los artesanos.
CONTACTED: Handicraft Merchandizer of "Murciélago" Beach Pedro Pinto, Lucia Romero
ELABORATED BY: Alejandra Cobeña

Time	**Brief description of the perceived**
16h00pm	Arrival to the malecón escénico of Murciélago Beach, stands of handicraft sellers
16h05pm	I could contact the owners and sons that represent in many occasions for the commercialization of handicrafts to sell to English speaking tourist, was very notable that in various stands there are the owner and the son, because they are learning the forms to manage a business, in this case the best option is the sales of handicrafts that are administrated by parents or grandparents.
16h20pm	Immediately was proceeded to fill observation sheets to different handicraft stands, where they showed full support for this research process
17h00pm	To conclude the process of observation sheets, I could obtain favorable answers for the development of research.
Analysis: 9 Through the answers in the observation sheet, I could know the different attitudes of the owners of business of handicrafts and sons, allowing me to compare the state of mind, ideas, opinions, referring to the opinions of owners of business one of them mentioned that she does not worry if an English-speaking tourist was not attended because they do not make purchases, and that if she lost sales was not much, because the granddaughter attending and could sell them without any problem, according to her granddaughter said that can speak English, although the observation that I could do note that the granddaughter was selling through signs, and what she was talking was not understood by English-speaking tourists. And referring to the sons or grandsons of the owners of business, some of them manifested that they believe that the knowledge of English is very important because the arrival of English speaking tourists the It represents many gains and improves the economy of the country, and if they had a good knowledge of English could get a good communication with tourists and mostly to commercialize handicrafts.	

Informe de las fichas de observación

Las categorías a observar son:

1.Estrategias de comunicación de los vendedores de artesanías

2.Motivaciones y fricciones de los vendedores de artesanías ante el reto de aprender ingles

Debe observarse que en las diversas fichas de observación no siempre habrá hallazgos sobre las categorías a investigar; en ese caso debe indicarse un mensaje tal como "no evidencia". Sin embargo el análisis global deben considerar todas las fichas de observación.

NO.	ANALYSIS: 1	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN
1 13	By means the observed I could detect a lack of communication of the handicraft sellers with English-speaking tourists, because their forms of sales many traders they do by signs and to indicate the price through calculator and other traders prefer not to sell, because they have no knowledge of the English language. It is very notable the lack of a good attention to the client, because they do not bring a good communication to the foreign tourist, because they do not feel understandable at the moment to get a buy, for this reason is very visible the necessity of knowledge of English language.	many traders they do by signs and to indicate the price through calculator
	Analysis: 2	
14 21	Through the observed something happened that clarified certain doubts, in this case Merchants from Otavalo. I consider them with a high knowledge of the English language, but through my observation process could detect that the whole group of trader's only one dealer 18 year-old spoke basic English, the other traders commercialized through signs, or through calculator to indicate prices.	the other traders commercialized through signs, or through calculator to indicate prices.
	Analysis : 3	
22 29	The first activity was to express to the Engineer. Andrea Zambrano about the result of the Artisans observed on the failure of the dealer communication with English-speaking tourists, therefore she added that they provide training, but unfortunately many do not attending presenting various excuses such as time and other personal reasons as age.	No evidence
	Analysis: 4	
30 40	The staff of the Department of Tourism was very friendly to give me information about what Requested, and indicated me that they are willing to give me any information relating to Merchants in the time required, In my personal opinion I believe that tourism managers if they have a good intention to help traders in the knowledge of English language, because they consider it language very important in this Commercial area, because this would improve sales and They would also provide better attention for foreigners.	No evidence
	Analysis: 5	
41 55	The people surveyed gave me the necessary cooperation to the surveys during this process I could sense a lack of knowledge of the English language, including some traders referring to business owners who are people with an average age of 50 years old, they indicated that besides being elderly does not allow them understand a new language, also say that is not necessary to learn English because tourists who come to buy more frequently are tourists from Latin countries such as: Venezuela, Colombia, Peru, etc, and English-speaking tourists rarely come to buy. They should know that this language is the key to being able to communicate with foreign tourists at the time of marketing their handicrafts.	No evidence
	Analysis: 6	
56 66	By means this interview process I could know the different tourist areas that the Office for Tourism is in charge and therefore could inform me about the commitment that the Department of Tourism with traders Beach "El Murcielago", as this beach is recognized by its great tourist influx of English-speaking foreigners and therefore should be given due interest and importance to the knowledge of the English language to be able offer better attention to English-speaking tourists at the time of purchase	its great tourist influx of English-speaking foreigners and therefore should be given due interest and importance to the knowledge of the English language to be able offer better attention to English-speaking tourists at the time of purchase
	Analysis: 7	

67 79	Through the conversation with the President of the Aso, I could know all the regulations that they and handicrafts sellers must be based, on this fact shows that they are an Association that is well organized, although they have always had understanding their failings with English language, as the majority of them consider excuse whether by time or age, they say that the age do not allow them to understand the language, and do not feel the ability to learn another language, and in many cases such as: the such as: capacitation, and communications with English speaking tourist are represented by their sons or grandsons.	No evidence
	Analysis 8	
80 90	Through this sounding I could understand the motive by which business owners artisans do not go to the training of the English language that are organized by the Tourism and I could also observe that sometimes the children of the owners cannot attend business whether for reasons of study or other personal issues that they have during the week, and for this reason when the English-speaking tourists come to buy and are attended by business owners trader it cannot be understood and the merchant prefers not sell.	No evidence
	Analysis 9	
91 100	Through the answers in the observation sheet, I could know the different attitudes of the owners of business of handicrafts and sons, allowing me to compare the state of mind, ideas, opinions, referring to the opinions of owners of business one of them mentioned that she does not worry if an English-speaking tourist was not attended because, they do not make purchases, and that if she lost sales was not much, because the granddaughter attending and could sell them without any problem,	he state of mind, ideas, opinions, referring to the opinions of owners of business one of them mentioned that she does not worry if an English-speaking tourist was not attended because, they do not make purchases, and that if she lost sales was not much, because the granddaughter attending and could sell them without any problem,
  101 114	According to her granddaughter said that can speak English, although the observation that I could do note that the granddaughter was selling through signs, and what she was talking was not understood by English-speaking tourists. And referring to the sons or grandsons of the owners of business, some of them manifested that they believe that the knowledge of English is very important because the arrival of English speaking tourists the It represents many gains and improves the economy of the country, and if they had a good knowledge of English could get a good communication with tourists and mostly to commercialize handicrafts.	And referring to the sons or grandsons of the owners of business, some of them manifested that they believe that the knowledge of English is very important because the arrival of English speaking tourists

Nota: Estas fichas se realizan en inglés debido a que el equipo investigador desea presentar esta información en un evento internacional.

Informe narrativo del análisis de las fichas de observación:

English version:

The handicraft sellers expose excuses such as how old they are, they say they no longer have the ability to learn another language, besides the time, as they say they miss an opportunity to sell, despite the tourism sector entities environment and education.

They argue that time is no obstacle for them not to attend to English classes, because they are given on a timed schedule where no sales are made to feel that they are not affected by the business, and in some cases they send their representatives to train and represent them at the moment of contact with English-speaking tourists, although many of the traders believe their generations are and will be who obtain an understandable communication with foreign tourists , it should be noted that many of its representatives maintain communication in English, and adopt the same forms to commercialize to business owners, or reach the limit of not selling, which generates losses in the economy and in the business development of tourism in the city of Manta.

Versión en español:

Los vendedores de artesanías exponen excusas tales como la edad que tienen, dicen que ya no tienen la capacidad de aprender otro idioma, además del tiempo, como se suele decir que se pierda la oportunidad de vender, a pesar del turismo entidades del sector medio ambiente y la educación.

Ellos argumentan que el tiempo no es un obstáculo para que no asistan a las clases de inglés, ya que se dan en un horario programado, donde no se realizan ventas a sentir que no están afectados por la empresa, y en algunos casos se envían a sus representantes para entrenar y representarlos en el momento del contacto con los turistas de habla Inglés, aunque muchos de los comerciantes creen que sus generaciones son y habrá que obtener una comunicación comprensible entre los turistas extranjeros, hay que señalar que muchos de sus representantes mantener la comunicación en Inglés, y adoptar las mismas formas para comercializar a los dueños de negocios, o de alcanzar el límite de no vender, lo que genera pérdidas en la economía y en el desarrollo del negocio de turismo en la ciudad de Manta.

Responsable del proceso de observación: Fecha y firma

Analista de datos: Fecha y firma

Anexo D

Ficha de acompañamiento de la investigación

TEMA: El uso de los blogs para desarrollar la destreza de escritura de los estudiantes a nivel universitario

Contribución de Andy Delgado Fienco

Objetivo general

Desarrollar las habilidades de escritura se usar frecuentemente el blog como herramienta de aprendizaje como ingles.

Objetivos específicos

•Medir la escritura en inglés de los estudiantes. Pretest

•Diseñar una intervención educativa para desarrollar el nivel de la escritura en inglés en los estudiantes.

•Aplicar el instrumento de intervención, utilizando recursos tecnológicos para desarrollar la escritura.

•Evaluar la eficacia de la intervención educativa en el desarrollo de la escritura en inglés. Postest

TEMA DE INTERVENCION	OBJETIVO	DESCRIPCION	USO	INDICADOR	DESARROLLO
COPA AMERICA CHILE 20115	Establecer relaciones mediantes los juegos de la copa para que los estudiantes inicien su dialogo en el blog?	Se escribió una pequeña reseña de la inauguración de la copa. Se indicó el partido Ecuador VS Chile, y dieran su resultado. Comentar cuál era su equipo favorito para ganar la Copa América Publicado: 10 Junio 2015	El blog se ha abierto a la participación del alumnado a través de sus comentarios	Los estudiantes invitados a participar en el blog no hicieron ningún comentario.	Los participantes solo miran lo publicado, pero no dan ningún comentario, acerca del blog publicado.
ADVERBIOS	Explicar mediante un video acerca del uso de los adverbios en inglés.	Mediante el video poder explicar cuando y como se utiliza los adverbios. El video utilizado fue: https://www.youtube.com/watch?v=uZqhd-MzHeso Publicado: 17 Junio 2015	En el blog se publican semanalmente artículos para que los alumnos participen a través de sus comentarios.	Los estudiantes no hicieron ningún comentario acerca del video publicado	Los participantes solo miraron el video pero no hicieron comentario alguno acerca de este.
INFINITIVO Y GERUNDIO	Explicar mediante un video acerca de la diferencia entre los infinitivos y gerundio en inglés.	Mediante el video poder explicar cuando y como se utiliza los infinitivos y gerundios. El video utilizado fue: https://www.youtube.com/watch?t=12&v=My-9JCZQWMmU Publicado: 24 Julio 2015	En el blog se publican semanalmente artículos para que los alumnos participen a través de sus comentarios	Los estudiantes no hicieron ningún comentario acerca del video publicado.	Los participantes solo miraron el video pero no hicieron comentario alguno acerca de este
ADJETIVOS	Explicar mediante un video acerca del uso de los adjetivos en inglés.	Mediante el video poder explicar cuando y como se utiliza los adverbios. El video utilizado fue: https://www.youtube.com/watch?v=Tmz-peO-aO1E Publicado: 01Julio 2015	En el blog se publican semanalmente artículos para que los alumnos participen a través de sus comentarios	Los estudiantes no hicieron ningún comentario acerca del video publicado.	Los participantes solo miraron el video pero no hicieron comentario alguno acerca de este.

RIHANA	Despertar a través del video musical de Rihana el entusiasmo a los estudiantes a escribir.	Con el video de Rihana, poder hacer que los estudiantes escriban El video utilizado fue: https://www.youtube.com/watch?v=2LT23ix-Dajo Publicado: 08 Julio 2015	El blog se ha abierto a la participación del alumnado a través de sus comentarios	Los estudiantes no hicieron ningún comentario acerca del video publicado.	Los participantes solo miraron el video pero no hicieron comentario alguno acerca de este aunque se cambió la estrategia y la metodología que en el blog.
PELICULAS ROMANTICAS	Desarrollar por medio de video las ganas de comentar sobre cuál es la mejor película romántica de todo los tiempos.	Se publicó un video acerca delas películas más románticas de todo los tiempos en el cine. El video utilizado fue: https://www.youtube.com/watch?v=uOdR-8Hv6_b0 Publicado: 16 Julio 2015	El blog se ha abierto a la participación del alumnado a través de sus comentarios	Los estudiantes no hicieron ningún comentario acerca del video publicado.	Los participantes solo miraron el video pero no hicieron comentario alguno acerca de este aunque se cambió la estrategia y la metodología que en el blog.
MINIOS	Compartir un resumen de la película de moda para que los participantes vayan a verla y así compartir acerca dicha película.	La película de los Minios estuvo de estreno así que todo el mundo la fue a ver y poder comentar El video utilizado fue: https://www.youtube.com/watch?v=S-vKmSNxFHyQ Publicado: 22 Julio 2015	El blog se ha abierto a la participación del alumnado a través de sus comentarios	Los estudiantes no hicieron ningún comentario acerca del video publicado, se incorporaron nuevos integrantes al grupo.	Los participantes solo miraron el video pero no hicieron comentario alguno acerca de este aunque se cambió la estrategia y la metodología que en el blog.
PELICULAS INFANTILES	Preguntar por medio de un video con una lista de las mejores películas infantiles de todos los tiempos y así pueda comentar abiertamente	Se publicó un video con las películas infantiles más vistas para ver cuál era la más favorita. El video utilizado fue: https://www.youtube.com/watch?v=siu9KO-paPvq Publicado: 29 Julio 2015	El blog se ha abierto a la participación del alumnado a través de sus comentarios	Los estudiantes no hicieron ningún comentario acerca del video publicado, se incorporaron nuevos integrantes al grupo	Los participantes solo miraron el video pero no hicieron comentario alguno acerca de este aunque se cambió la estrategia y la metodología que en el blog.

ROMEOSANTOS VS PRINCE ROYCE	Colocar fotos de los mejores cantantes de género Bachata para que compartan cual es el mejor.	Se utilizó una foto donde aparecen los cantantes de Bachatas Romeo y Prince para ver cuál de los dos es el mejor cantante en este género. Sabiendo que estos cantantes son muy escuchado en las radios y videos musicales. Publicado: 5 Agosto 2015	El blog se ha abierto a la participación del alumnado a través de sus comentarios	Los estudiantes no hicieron ningún comentario acerca del video publicado, se incorporaron nuevos integrantes al grupo	Los participantes solo miraron el video pero no hicieron comentario alguno acerca de este aunque se cambió la estrategia y la metodología que en el blog.
FASHION 2015		Mediante una foto que se publicó los estudiantes pueden hablar si le gusta la moda 2015 tanto de hombre y de mujer. Publicado: 12 Agosto 2015	El blog se ha abierto a la participación del alumnado a través de sus comentarios	Los estudiantes no hicieron ningún comentario acerca del video publicado, se incorporaron nuevos integrantes al grupo	Los participantes solo miraron el video pero no hicieron comentario alguno acerca de este aunque se cambió la estrategia y la metodología que en el blog
TREN ECUADOR		Saber si con el video alguien nos puede contra la experiencia de si ha viajado en tren y a conocido el Ecuador en este tour que se ofrece. Se colocó este video https://www.youtube.com/watch?v=rsaQa51h-DKg Publicado: 20 Agosto 2015	El blog se ha abierto a la participación del alumnado a través de sus comentarios	Los estudiantes no hicieron ningún comentario acerca del video publicado, se incorporaron nuevos integrantes al grupo.	Los participantes solo miraron el video pero no hicieron comentario alguno acerca de este aunque se cambió la estrategia y la metodología que en el blog.
EL LUGAR MAS ROMANTICO DEL MUNDO		Publicado: 26 Agosto 2015	El blog se ha abierto a la participación del alumnado a través de sus comentarios	Los estudiantes no hicieron ningún comentario acerca del video publicado, se incorporaron nuevos integrantes al grupo.	Los participantes solo miraron el video pero no hicieron comentario alguno acerca de este aunque se cambió la estrategia y la metodología que en el blog.

Reporte de registro: aporte de Juan Carlos Demera

Para mi este trabajo ha sido el más alentador a seguir con la práctica de mi carrera porque me ha dado los frutos con los estudiantes participantes de esta investigación, que es poner en práctica los conocimientos aprendidos durante el proceso de enseñanza, como Reading, writing, speaking y listening, teniéndolos ya como un hábito de utilizar la red social Facebook. Sin embargo, no puedo descartar que sigue siendo un poco más complicado para el maestro docente, porque la clase no sólo se limita a subir un video, una foto, o cualquier post, y que los estudiantes lo comenten sin saber qué o hacer o decir. Es aquí donde entra en acción el trabajo extra del docente, de enseñar al estudiante (a veces one to one) y preparar la actividad que desea subir para que los participantes logren realizar las actividades que se deseen.

Lo bueno que se puede decir de este trabajo es que los estudiantes pudieron elevar su nivel académico con respecto al idioma inglés, a tal punto que ya pudieron defenderse por sí solos en el momento de realizar cualquier actividad.

Es aquí, que se confirma la teoría de Las TIC como herramientas tecnológicas no tienen ninguna propiedad que produzca conocimientos ya que el aprendizaje no depende de la configuración del software, sino de las normas y prácticas sociales alrededor de ellas, dicho por James en el 2004. Porque como tecnología, no se les enseñó cómo trabajar con el programa, eso ya venía de por si como parte de su conocimiento extra de cada uno de ellos.

Además, que las TIC facilitan el cambio de paradigma en los procesos de aprendizaje pero, al ser este un resultado de la interacción y colaboración entre personas, es decir, el estudiante es el centro del proceso porque es él quien adquiere los conocimiento y dependiendo de su interés, es su aprendizaje; y sin más que decir, es el estudiante el que asume su propio aprendizaje, palabras dichas por Michavila & Parejo en el 2008.

Adicionalmente, la tecnología ha modificado las estructuras de los centros escolares a un nivel organizativo y han fomentado alta motivación para el aprendizaje, ya que es un hábito, en nuestros días, estar con la tecnología a la mano, y abrir Facebook a cada momento.

Firma de responsabilidad / Fecha

Proceso de triangulación y de traducción de información del español al inglés

Aporte de Ginger Saavedra

•La traducción en versión 1 es puesta a criterio y revisión de 3 personas quienes llenan una ficha con las observaciones y recomendaciones de las palabras que deben ser mejoradas para mejorar la calidad de la información traducida.

Tag No 1.

ESCULTURAS Uso: para decoración Material: raíces o ramas de guayacán, guayabo y otras. Fuente: Cesar Cedeño "El Chuno" artista platico. Lugar: Cantón Chone	SCULPTURES Use: for decoration Materials: roots or branches of guaiac guava and others. Source: Cesar Cedeño "el Chuno" artist plastic. Place: Canton Chone

CONSULTOR 1	CONSULTOR 2	CONSULTOR 3	FINAL VERTION
Use change to: Usage Place change to: "Origin place"	Origin place	Side of origen	SCULPTURES Usage: for decoration Materials: roots or branches of guaiac guava and others. Source: Cesar Cedeño "el Chuno" artist plastic. Origine place: Canton Chone

Tag No 2.

BATEA Uso: preparación de alimentos Material: madera de jail, pepito o mango Fuente: Leonardo Zambrano, artesano Lugar: Quimis, canton Jipijapa	GONDOLA Use: preparation of foods Material: jail wood, pepito or mango Donor: Ramon Zambrano, craftsmaker place: Quimis, canton Jipijapa

CONSULTOR 1	CONSULTOR 2	CONSULTOR 3	FINAL VERTION
Use change to: Usage Place change to: "Origin place"	Origin place	Side of origen	SCULPTURES Usage: for decoration Materials: roots or branches of guaiac guava and others. Source: Cesar Cedeño "el Chuno" artist plastic. Origine place: Canton Chone

Tag No 3.

MONTURA Uso: para cabalgar, trabajar, transportarse Material: madera de árbol de mango Fuente: Vicente Mieles, artesano Lugar: La Clemencia-Olmedo	MONTURA Use: to ride, to work, to convey Material: wood of mango tree Source: Vicente Mieles, craftsmaker Place: La Clemencia-Olmedo

CONSULTOR 1	CONSULTOR 2	CONSULTOR 3	FINAL VERTION
Montura change to: Horse seat use change to: usage Craftsmaker change to: craftman Place change to: "Origin place"	Horse seat usage Preparation of food Origin place	Montura use craftsman Side of origen	SCULPTURES Usage: to ride, to work, to convey Materials: wood of mango tree Source: Vicente Mieles, craftsmaker Origine place: La clemencia-Olmedo

Tag No 4.

CUCHARA Uso: para cocinar y para comer Material: mate Fuente: Don Luis, propietario museo Etnográfico Lugar: cantón pedernales	SPOON Use: to cook and to eat Material: mate Source: Luis, proprietor ethnographic museum place: canton Pedernales

CONSULTOR 1	CONSULTOR 2	CONSULTOR 3	FINAL VERTION
Spoon change to: Tablespoon use change to: usage Place change to: "Origin place"	Tablespoon usage Origin place	tablespoon use Side of origen	TABLESPOON Usage: to cook and to eat Materials: mate Source: Luis, proprietor ethnographic museum Origine place: Canton Pedernales

Reporte de triangulación aplicado a la elaboración de un instrumento de evaluación de inglés para niños y niñas de Educación inicial. Una contribución de Jenny Cruz.

Pregunta	**Evaluacion 1**	**Evaluacion 2**	**Evaluacion 3**	**Evaluacion triangulada**
1	-Circle the pictures with red color. -Circle the pictures use the red color.	-It is ok	-Circle the pictures with red color. -Circle the pictures coloring in red.	-Circle the pictures coloring in red.
2	-Listen to your teacher and circle each number with a specific color. -Listen to your teacher and circle the numbers.	-Listen to your teacher and circle each number with a specific color. 1.4 3 4 2 5 2 1 3 5 2 1 2 5 4 -Listen to your teacher and circle the numbers. 1 4 2 5 3	-Listen to your teacher and circle each number with a specific color. -Listen to your teacher and circle each number with a specific color. -1 4 2 5 3	-Listen to your teacher and circle each number with a specific color.
3	-Draw the missing parts of the face: eyes, nose, and mouth, and color hair with yellow. -Draw the missing parts of the face: eyes, nose, mouth and ears.	- Draw the missing parts of the face: eyes, nose, and mouth, and color hair with yellow. - Match the parts of the face with their names.	-Draw the missing parts of the face: eyes, nose, and mouth, and color hair with yellow. -Draw the missing parts of the face: eyes, nose, and mouth and color the hair yellow.	-Draw the missing parts of the face: eyes, nose, mouth, and ears.
4	-It is ok	-It is ok	-Are you boy or girl? Color the correct picture. -Are you a boy or a girl? Color the correct picture.	-Are you boy or girl? Color the correct picture.
5	-It is ok	-It is ok	-Color the shapes according to that you teacher says. -Color the shapes according what your teacher says.	- Color shapes according to what your teacher
6	Suggested question -Draw and color your family.	-Any suggestions.	-More questions are required.	-Draw and color your family.
7	Suggested question -Look at the picture and match the correct word.	-Any suggestions.		Look and match the pictures.

Validación participativa del catálogo para comunicación en idioma Inglés

Contribución de Guido Marroquin

No.	1.-What do you think of the basic catalog?	2.-What did you like the most about the basic catalog?	6.-What did you think may have been missing in the basic catalog to help with the communication?	9.-Was the bc helpfull, why?
1	Very good guide	1.-It is writen in spanishm english and pronunsiation	images	It enclude important information about topycs that he studied in the school.
2	Good	The way how the text is translated into spanish and English	More info about greetings	yes, it is fundamental an benefits for learning
3	Very good guide	Information very important because, it mention about touristic places	I has everything. It is completed	Yes. Communication in englsih is very important with the foreigners
4	It orients in a good way	it has the facility to express and communicate	It is completed	Yes, It help to communicate
5	Very good for teaching	It helps for the Englsih pronuntiation	Nothing	Yes, It help to communicate
6	Very good	Important information related to our work	All good	Yes, It is related to our work
7	Interesting	It contains pronunsiation that hels in English communication	More info about greetings	yes, It helps for English learning
8	vey good	It contains useful frases that are very important for this work when i have contact with foreigners	more info about the city. Example Pacoche Forest	Yes, Sudenly I can take a foreigner passenger an it coul be useful
9	Very good	I can read and understand. I can check the pronunsiation. It has exact info for visitors	Yes	yes, It contains important info for us, the taxi drivers

10	Very good	Everything. It makes easy the pronounsiation	nothing	Yes, It helps to remember and to learn. It is related to the work of taxi driver.
11	Excellente	It contains specific info for tourists	Gastronomy info, pictures of the touristic attraction	Yes, It helps me to communicate with the tourists
12	Good	The pronounciation helps	Nothing	yes
13	Very Good	Important information related to our work	Nothing	Any guide for the pronounciation
14	Excellente	I can understand and it has good details	Professions	It help in my work
15	Muy Bueno	It show the city	Nothing	It is familiar to the tourists
16	Good	The info is well classified and easy to understand	Draws	Yes, it helps to pronounciate
17	Very good	The guide to speak in English	More info about tourism	Yes, it helps to pronounciate
18	Good idea because, the info it contains	Grammar info	Draws	yes. It is good for the learner
19	Perfect	It makes easier the reading and translation	Nothing	Good information to communicate with tourists

Análisis de participantes taxistas del Catálogo Básico

La mayoría de los taxistas Catálogo Básico contenía muy buena a excelente información como una guía práctica. Algunos participantes indicaron que les hubiera gustado más fotos y dibujos. Otros participantes querían más información incluida en el turismo, saludos, y la ciudad de Manta. Los participantes pensaron que el Catálogo Básico ayudó a que se comuniquen con el turista porque fue escrito en español e Inglés con pronunciaciones, gramática y frases útiles. Era fácil de leer con traducciones adecuadas. La información fue importante, comprensible y bien clasificada que se refería a los visitantes y turistas extranjeros. El catálogo se ha orientado hacia la información pertinente para los turistas sobre la ciudad de Manta y para los conductores de taxi en su profesión, con énfasis en las habilidades de comunicación.

La teoría de que el inspector de la enseñanza se basa principalmente en el modelo del método audio-lingual los conductistas. Los conductistas creen que la persona que trabaja a partir de estímulos y respuestas (Skinner, 1953, 1930; Pavlov y Watson, 1913).

Los métodos de repetición y pronunciación promover la imitación de alta importancia y la repetición constante porque la pronunciación de los sonidos o la automatización de ciertos patrones se ven reforzadas. (Brown 1994, Gounari 2008). Se Observa la del que repeticion ayuda a mejorar la pronunciación en idioma inglés del grupo estudiado cual sea lo por, se reafirma lo dicho por Browm y Gounari.

Los hallazgos del topógrafo sorprendentemente indicaron que los taxistas estaban motivados para aprender el idioma Inglés y realmente aprecian el incentivo del topógrafo para ayudarles a aprender a través del Catálogo Básico. Además, los taxistas estaban interesados en las clases grupales de formulación topógrafo para ayudarles a aprender Inglés.

Aunque muchos taxistas tienen restricciones de tiempo limitado con el trabajo y la familia, el inspector estaba asombrado con las motivaciones de los taxistas para aprender Inglés de mejores habilidades de comunicación.

Los taxistas se dieron cuenta de que el aprendizaje de Inglés sería muy beneficioso para ellos debido al aumento de las oportunidades de trabajo, mejores salarios, mejoras en los estilos de vida y un mejor futuro para ellos y sus familias

Referencias Bibliográficas

Referencias 1

Bührle, C. (2004). En Thomas Hobbes: Sobre el miedo. Revista de Filosofía y Teoría Política, nº 35, Pp. 25-37. Universidad Nacional de La Plata, disponible en http://www.rfytp.fahce.unlp.edu.ar/article/view/RFyTPn35a06/html_79

Coudevylle, G. R., Gernigon, C. y Martin, K. A. (2011). Self-esteem, self-confidence, anxiety and claimed self-handicapping: A mediational analysis. Psychology of Sport and Exercise, 12, 670-675.

Hobbes, Th. (1651). Concerning Government and Society, Vol. II, p. 6. Disponible en http://www.constitution.org/th/decive.htm

Hobbes, Th. (1651). Leviathan, Vol. III, p. 43. Disponible en http://www.gutenberg.org/files/3207/3207-h/3207-h.htm

Hobbes, Th., (1966), The English Works of Thomas Hobbes, edited by Sir William Molesworth, Bart. London, Vol. I, II, III, IV.

Hubbard, R. & Wald, E. (1993). Exploding the Gene Mit..How Genetic information is produced andmanipulated by scientists, Physicians, Emplyers, Insure Companies, Educators and Law Enforcers. p. 7. BaconPress, Boston,

Mesagno, C., Harvey, J. T. y Janelle, C. M. (2012). Choking under pressure: The role of fear of negative evaluation. Psychology of Sport and Exercise, 13, 60-68.

Referencias 2

Bogdan, R.C., & Biklen, S.K. (1982). Qualitative Research for Education: An introduction to theory and methods (Third Edition). Boston: Allyn and Bacon

Denzin, N.K. & Lincoln, Y.S. (1994). Introduction: Entering the field of qualitative research. In NK Denzin and YS Lincoln (Eds.) Handbook of Qualitative Research. Pp. 1-17. Thousand Oaks: Sage Publications.

Goetz, J.P. & Lecompte, M.D. (1988). Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa. Madrid: Morata.

Rodríguez, G., Gil, J. & García, E. (1996). Metodología de la investigación cualitativa. Ediciones Aljibe. Granada (España).

Stocking, M. 1993. Controlling item exposure rates in a realistic daptive testing paradigm. Technical Report (RR 93-2). Princeton, NJ: Educational Testing Service

Vidich, A. & Lyman, S. (1994). Qualitative Methods Their History in Sociology and Anthropology. Disponible en http://jan.ucc.nau.edu/~pms/cj355/readings/ vidich&lyman.pdf

Referencias 3

Bunge, M. (1975). Teoría y Realidad, Barcelona, Ariel.

Campos, M. (2003). Aspectos epistemológicos. Pp.93-124. Revista Latinoamericana de Estudios Educativos 33.3

Canguilhem, G. (1991. The Normal and the Pathological. New York: Zone Books,

Giere, D. (1992). Explaining science. A cognitive approach, The University of Chicago Press.

Kuhn, T. (1971). La estructura de las revoluciones científicas, México, Fondo de Cultura Económica..

Lecourt, D. (1973). Para una crítica de la epistemología, México, Siglo XXI, 1973.

Referencias 4

Cook y Reichardt (1986). Cualitativo o cuantitativo, p. 29.

Kuhn, T. (1970). The structure of scientific revolutions 2. ed. Chicago: University of Chicago Press.

Pérez, G. (1994). Investigación cualitativa: retos e interrogantes. Métodos. Madrid: Muralla.

Ricoy, C. (2006). Contribución sobre los paradigmas de investigación Educação. Revista do Centro de Educação, vol. 31, núm. 1, p. 11. Universidade Federal de Santa Maria Santa Maria, RS, Brasil disponible en http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=117117257002

Biografía

Jhonny Saulo Villafuerte Holguìn Mg.Sc.

Graduado del programa de Maestría en Psicodidáctica de la Universidad País Vasco de España y del programa de Maestría en Docencia Universitaria e Investigación Educativa de la Universidad Nacional de Loja, Ecuador. Estudios en Inglaterra 1994, Alemania en 1994, e Israel en 1998, China 2012 y es Becario del programa SENESCYT Docentes Universitarios para culminar doctorado en Psicodidáctica. Fundador del Centro Euroidiomas en 1998 y promotor de Observatorio de Desarrollo Sustentable de Manabí desde 2011. Ha sido profesor en las Universidades Pontificia Católica del Ecuador, Sede Esmeraldas 2005-2010, Jefe del Centro de Investigación y Transferencia de la Universidad San Gregorio de Portoviejo 2011-2014, y actualmente es profesor en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Eder A. Intriago

Es un instructor de inglés como lengua extranjera de Manta, Ecuador. Se graduó de la Universidad Particular de Loja con una licenciatura en Enseñanza de Inglés en el 2010. En el 2013, fue ganador de una beca para estudiar en la Universidad Estatal de Kansas, como parte del programa Go Teacher y obtuvo una maestría en Currículo e Instrucción en ESL. Actualmente trabaja como docente de inglés a tiempo completo en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí como parte del programa de licenciatura para formar profesores de

inglés para escuela secundaria. Un profesional dedicado y enfocado hacia el aprendiente, que se ha comprometido a proveer ambientes de aprendizajes equilibrados, de apoyo, y a fomentar la participación de todos los estudiantes; competente en la adaptación de planes de lecciones para incorporar los intereses diversos de los estudiantes y captar su atención e imaginación. Él tiene talento para la integración de unidades temáticas, proyectos de aprendizaje cooperativo y discusiones en clase para generar un pensamiento independiente, la mejora de las habilidades de lectura y escritura, e inculcar el amor por la literatura en los estudiantes. Sus intereses de investigación se basan en el aprendizaje basado en tareas, estrategias de lectura, instrucción diferenciada, la enseñanza holística cerebral.

Sandy T. Soto

Nació en Santa Rosa, El Oro, Ecuador. Ella obtuvo una maestría en Currículo e Instrucción en ESL en la Universidad Estatal de Kansas en los Estados Unidos en el 2014. Su tercer nivel lo cursó en la Universidad Técnica Particular de Loja, universidad donde recibió su Licenciatura en Enseñanza de Inglés en el 2010. En el 2012, ella obtuvo una beca, patrocinada por el Gobierno Ecuatoriano a través de la Senescyt, para participar en el porgrama de capacitación “Go Teacher”, el mismo que también se llevo a cabo en la Universidad Estatal de Kansas. Luego de su regreso a Ecuador, ella empezó a laborar como profesora de Inglés en un colegio publico en su ciudad natal. Un año después, ella obtuvo otra beca para el mismo programa de capacitación “Go Teacher”, esta vez para cursar una maestría. Actualmente, es docente titular de la Universidad Técnica de Machala y enseña inglés técnico en la Unidad Académica de Ciencias Empresariales.

La Investigación Cualitativa,
Rutas para la Puesta en Práctica
Se terminó de imprimir en marzo de 2016 en la
imprenta de la UTMACH, calle Loja y 25 de Junio
(campus Machala)
Esta edición consta de 300 ejemplares.

www.utmachala.edu.ec

El programa de Reingeniería del Conocimiento en la Universidad Técnica de Machala (UTMACH) es un modelo emergente de gestión de la investigación que promueve saberes científicos con pertinencia social. Desde el Vicerrectorado Académico impulsamos la investigación colectivista, donde docentes y estudiantes se engranan en la construcción y divulgación del resultado de sus ejercicios pedagógicos, heurísticos y de vinculación social, en aras de contribuir con el fortalecimiento de nuestras ventajas comparativas y competitivas a nivel transfronterizo.

Mediante este programa estratégico la UTMACH impacta sus imaginarios respecto a la relación de la docencia con la investigación, muestra de ello es la presente obra donde se cristaliza el empoderamiento y profesionalismo de sus actores y redes al servicio de la formación crítica de profesionales de avanzada.

En la UTMACH seguimos conquistando el conocimiento a través de la investigación, por ello en cada acción emprendida ***proyectamos nuestra historia***.

Ing. Amarilis Borja Herrera, Mg. Sc.
VICERRECTORA ACADÉMICA.

ISBN: 978-9978-316-55-9

REINGENIERÍA DE LA INVESTIGACIÓN

UTMACH